

# Universidad Americana



## Integrantes:

- Daniel Montoya Galeano
- José Carlos Ferrufino S.
- Paul Grádiz F.
- Frank Ariel Sovalbarro.
- Martin Peña

## Carreras:

Administración de Empresa.  
Administración de Empresa.  
Administración de Empresa.  
Administración de Empresa.  
Licenciatura en Contabilidad y Finanzas.

**Asignatura:** Emprendedores XVIII muestra empresarial 2013.

**Grupo:** Avenida Alboroto (Centro de Entretenimiento)

**Profesor:** Manuel Salgado.

**Viernes 31 de mayo del 2013**

# Avenida Alboroto

Come

Juega

Diviértete

Repite



Come-Juega-Diviértete-Disfruta

## Índice

### **1 .Naturaleza de negocio**

1.1 Resumen ejecutivo

1.2. Lluvia de Ideas para determinar el producto o servicio de su proyecto emprendedor.

1.3. Matriz de Selección.

1.4. Justificación de la Empresa.

1.5. Nombre de la Empresa.

1. 6. Descripción de la empresa

1.6.1 Tipo de empresa (giro)

1.6.2 Tamaño y Ubicación de la empresa

1.7 Recursos humanos

1.8 Problemática con los restaurantes en la ciudad

1.9. Misión de la empresa.

1.10 Visión de la empresa

1.11. Objetivos de la empresa.

1.12 .Ventajas y Distingos competitivas.

1.13. Análisis de la Industria o del sector.

1.14. Productos y/o servicios de la empresa.

1.15. Calificaciones para entrar al área.

1.16. Apoyos de la Empresa.

1.17. Análisis FODA de la empresa.

### **2. Mercadeo**

2.1 Análisis de cliente

2.2 objetivos de mercado

2.3 Segmento de mercado

2.4 Mercado potencial

2.5 Estudio de Mercado

2.6 Elaboración de Encuesta.

2.7 Aplicación de encuestas

2.8 Análisis y conclusión de encuestas.

2.10 Participación de la competencia del mercado

2.11 Promoción del Servicio.

2.12 Plan de introducción de mercado.

2.13 Riesgos y oportunidades de mercado

### **3. Producción**

3.1 Objetivos de producción.

3.2 Especificaciones del producto.

3.3 Descripción y especificaciones de cada platillo de la área de comida.

3.4 Descripción del proceso de elaboración de los platillo y jugos .

3.5 Diagrama de flujo.

3.6 Características y tecnología del equipo usado en el negocio.

3.7 Especificaciones de proveedores y calidad de los alimentos y juegos .

### **4. Organización**

4.1 Objetivo del área de organización.

4.2 Estructura organizacional.

4.3 Funciones específicas por puesto.

4.3.1 Accionistas

4.3.2 Gerente General

4.3.3 Gerente contabilidad y finanzas

4.3.4 Coordinador de mercadeo

4.3.5 Administración general



4.3.6 Cajero

4.3.7 Afanadora

4.3.8 Asistente de contabilidad

4.3.9 Chef

4.3.10 Atención al cliente en general

4.3.11 Ayudante de cocina

4.3 Organigrama.

4.4 Reclutamiento.

4.5 Selección.

4.6 Contratación.

4.7 Aspectos laborales a considerar.

4.8 Inducción.

4.10 Desarrollo organizacional.

4.11 Desarrollo del personal.

4.12 Clima Organizacional.

## **5. Finanzas**

5.1 Resumen Financiero.

5.2 Parámetros.

5.3 Balance General.

5.4 Estado de Resultados.

5.5 Flujo de efectivo.

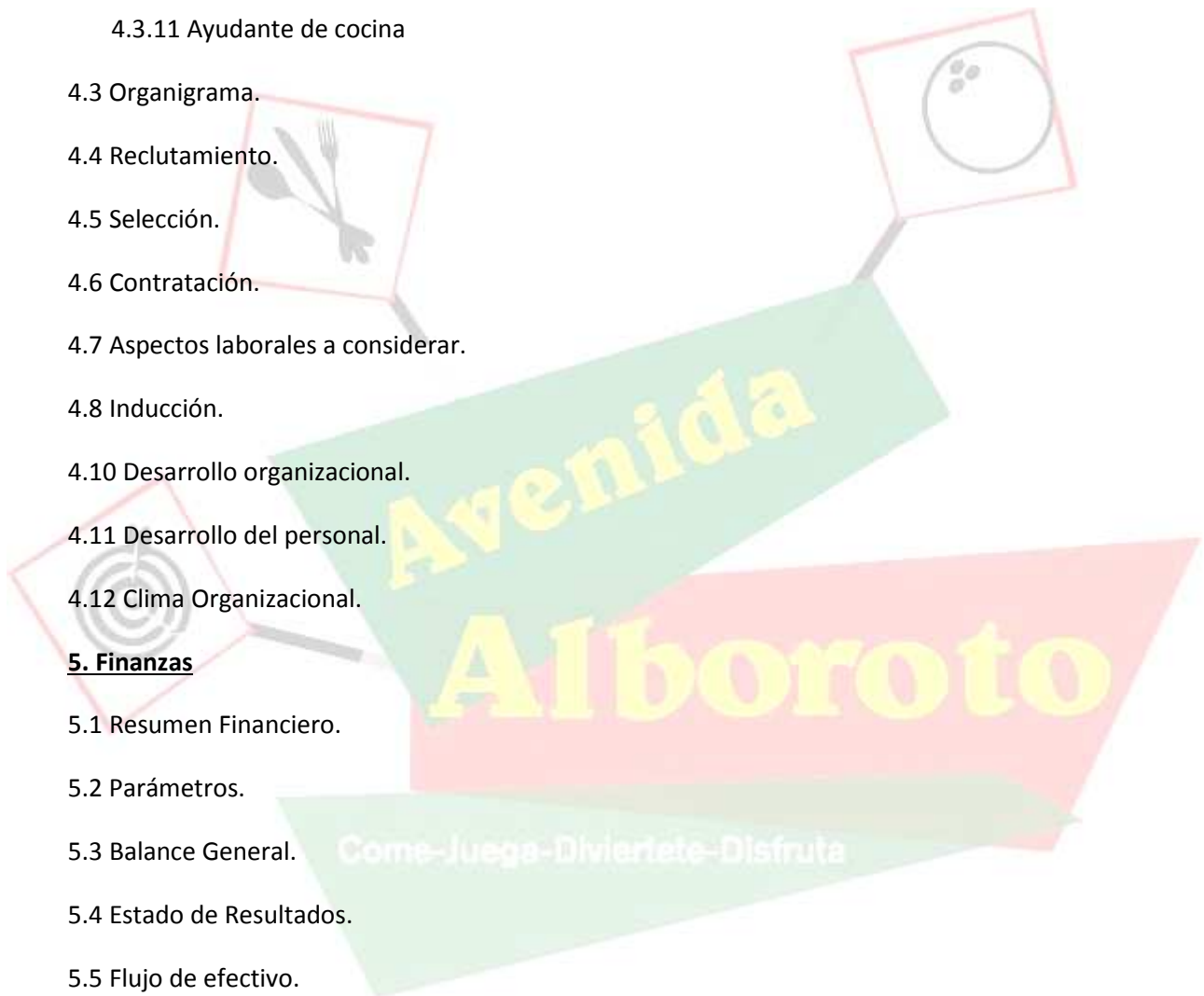
5.6 Obra civil.

5.7 Mobiliario y equipo de oficina.

5.8 Maquinaria y equipo de servicio.

5.9 Área de comida.

5.10 Resumen de inversión.



5.11 Tabla de salarios.

5.12 Costos fijos.

5.13 Costos Variables.

5.14 Consumo de agua.

5.15 Consumo de energía.

5.16 Papelería.

5.17 Costos totales e ingresos.

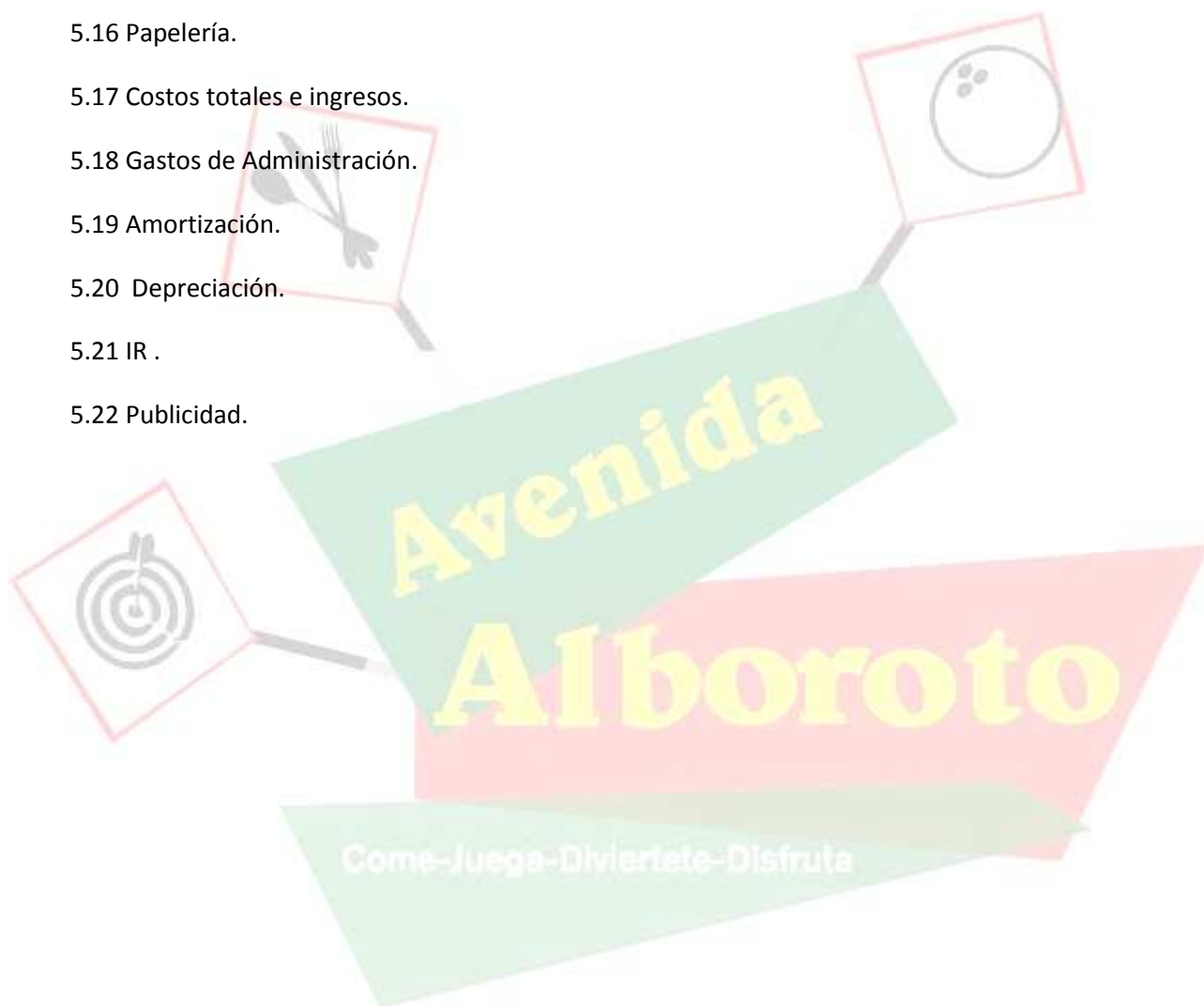
5.18 Gastos de Administración.

5.19 Amortización.

5.20 Depreciación.

5.21 IR .

5.22 Publicidad.



## 1.1 Resumen Ejecutivo

Avenida Alboroto es un proyecto de entretenimiento y comida nicaragüenses, que tendrá como objetivo crear un nuevo concepto de diversión y al mismo tiempo presenta una manera moderna y creativa de algunos platillos típicos de cultura Nicaragüenses. Avenida alboroto pretende estar ubicado en la ciudad de Managua contiguo al supermercado la colonia de la rotonda Centroamérica o a lado del edificio LAFISE Managua. Esta idea nace , al analizar la situación en entorno al país ya que cuenta con muy pocos centros de entretenimientos y la mayoría esta enfocados para niños, alguno de los centro de entretenimiento mas conocidos de la ciudad de Managua son : **Gamespot** (niños, jóvenes y Adultos . Principalmente clase media), **Chavalandia** (niños y adolescentes. Principalmente clase media y clase alta), **Pool 8** (adolescentes jóvenes y adultos. Principalmente clase media y clase alta). Avenida Alboroto cuenta con 20 trabajadores de que desempeñaran una función específica en la empresa.

Nuestro centro de entretenimiento tiene como principales atracciones los siguientes juegos: Boliche, pool, tiro al blanco virtual. Los cuales serán comprados a una empresa China llamada Red Sun Bowling Equipment Co para el boliche y tiro al blanco , en cuanto a las mesas de pool seran compradas en linea .En en centro d entretenimiento contaremos con 4 mesas de pool marca silver stars, 6 tiro al blanco virutales y 4 carriles boliche.

Aparte de los juegos contara también con un área de comida la cual incorpora 11 famosos platillos y 3 jugos nicaragüenses pero con un toque moderno y llamativo para el público. El objetivo de involucrar los platillos nicaragüenses con nombres llamativos y modernos para el público es para crear un toque fuera de lo ya acostumbrado en nuestros platillos típicos y al mismo tiempo que se presente interesante para nuestro público, pretendemos realizar concursos semanales por desafío por platos etc. Alguno de los platillos son los siguientes:

**Platillos:** Gallopinto momotombo, Tajadas con queso monstruosas picantes, quesillo cargacerrada con pólvora o sin pólvora, vigorón extremo, vaho bomba, el nacatamalazo, parrillada descomunal, Maduro 3 potencias (Cuajada, crema, frijoles molidos), tortillitas con limón y chile, El Caupolicán (pollo asado.)

**Jugos:** Jamaicazo, Cola-Cacaòn, Chicha embrujada.

Avenida Alboroto está dirigido principalmente a jóvenes y las familias nicaragüenses pertenecientes a la clase media media-alta y alta de nuestro país, nuestro principales clientes son 4 grupos principalmente los cuales son: **1-Jóvenes activos:** Los jóvenes de

igual forma se clasifican en clase media-alta, y media que van de las edades entre 18 y los 30 años, teniendo unos ingresos por persona que pueden ir de los 350 a los 800 dólares mensuales. Se caracterizan por ser personas activas y que suelen aprovechar un porcentaje de su salario en entretenimiento. Suelen practicar deportes y realizar actividades en grupo. **2-Jóvenes y adolescentes inactivos:** Son jóvenes de igual forma que clasifican en clase media-alta, y clase media, pero que no tiene un trabajo fijo y por lo general su salario semanal o mensual depende de sus padres, van de edades entre 13 a 22 años. **3-Familias de ingresos medio- alto:** Son familias que tienen como práctica el ir semanal o quincenalmente al cine o alguna otra forma de entretenimiento. Tienden a ser familias de altos ingresos y tamaño medio que van de los 4 a los 6 integrantes. Estos núcleos son muy unidos y por lo general buscan el equilibrio entre los intereses de los infantes y/adolescentes y a la vez con los de los padres. **4-Clase media general:** abarcar desde los profesionales y administradores de alto nivel hasta los empleados del sector servicio. Suelen ser de 4 o más integrantes, son núcleos muy unidos y tiene como preferencia visitar lugares de entretenimiento como cine, mall, etc.

Avenida Alboroto ha puesto como objetivo al primer año cubrir el 9% de la población de clase media en el lo que hace un total de **11,444.86** visitas por año en un rango de edad entre 12 a 40 años con ingresos mensuales entre:\$1500 a \$2000 y \$2000 a \$2500 o más , ubicados en la parte central de Managua .

En el 3 año ya se pretende cubrir un 20% de la población de clase media en general de la ciudad, lo que hace un total de **25,433.02** visitas , en un rango de edad entre 12 a 40 años con ingresos mensuales entre\$1500 a \$2000 y \$2000 a \$2500 o más ubicados en la parte central de Managua logrando de esta manera a los 3 años ya se pretende considéranse como uno de los mejores 5 lugares en la ciudad de entretenimiento y comida naciones con un concepto moderno.

Ya a los 5 años nuestro negocio ya cubrirá un 30 % de la población de clase media en general lo que hace un total de **38,149.53** entre las edades y egresos ya planteadas en el año 1 y 3, de esta manera ya nos considerarse como el mejor centro de entretenimiento y comida nacional con un concepto moderno y pensando en futura apertura de otra franquicia en las diferentes ciudades del país.

En cuanto a la naturaleza de operaciones de avenida alboroto los estados financieros de la compañía decidimos expresarlos en dólares, debido a que la tasa oficial de cambio del córdoba con respecto al dólar de los Estados Unidos de América se desliza diariamente con base en una tabla emitida mensualmente por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

Los ingresos de Avenida alboroto ingresos operativos año 2014 son 184,074 , ingresos operativos año 2015 son 184,958, ingresos operativos año 2016 son 187,097 , ingresos operativos año 2017 son 189,780 , ingresos operativos año 2018 son 190,769 . Donde un total de **936,677** proyectado a 5 años .

Los costos fijos de Avenida alboroto se presentan de la siguiente manera : costos fijos año 2014 son 107,943 , costos fijos año 2015 son 107,943 , costos fijos año 2016 son 107,943, costos fijos año 2017 son 107,943, costos fijos año 2018 son 107,943 . Resultando un total proyectado a 5 años de **539,714.**

En cuanto a los costos variables se reflejan de la siguiente manera:

Costos variables año 2014 son: 15,338, costos variables año 2015 son: 16,872, costos variables año 2016 son: 18,559 costos variables año 2017 son: 20,415, costos variables año 2018 son: 20,615. Dando un total proyectado a 5 años de **91,779.**

Los gastos de administración de avenida alboroto son los siguientes : en el año 2014 son 9,700, gastos de administración año 2015 son 10,230, gastos de administración año 2016 son 11,723, gastos de administración año 2017 son 13,635, gastos de administración año 2018 son 16,088 .Dando un total un proyectado a 5 años de **61,377.**

En la actualidad debido a los grandes riesgos que se incurren al realizar una inversión, se han establecido técnicas que ayuden a realizar un pronóstico en base a información cierta y actual de los factores que influirán al proyecto del que se trate, con el fin de evaluar los resultados para tomar una decisión sobre los riesgos del cual se mencionan son situaciones que pueden contribuir en el fracaso de la inversión y por consiguiente la pérdida total o parcial de los recursos utilizados.

Por esa razón nosotros hemos decidido en tomar como referencia dos de los indicadores financieros los que son el VAN y la TIR. Considerando que nuestro proyecto arroja un VAN de 45,353, llegamos a la conclusión que es un proyecto sumamente rentable, si es ejecutado o puesto en marcha se prevee que generaría ganancias, por lo tanto debe ser tomado en cuenta como un emprendimiento con éxito.

A la misma vez nuestro proyecto nos arroja una TIR de 45.58%, llegamos a la conclusión que es un proyecto sumamente rentable como ya habíamos mencionado anteriormente ya que nuestra TIR supera nuestra TMAR en un 25.58%.

Según este plan de negocio, consideramos que avenida alboroto será muy bien aceptada en nicaragua y que lograr posicionarse como una de las mejores empresa de entretenimiento del país, ofreciendo variedad de entretenimientos nuevas como

boliche y tiro al blanco además de nuestros peculiares platos típicos . Actualmente no existen lugares que ofrezcas estos servicios en el país y según este plan empresarial presentado el negocio tendrá un buen posicionamiento en el mercado y muy buenos ingresos .





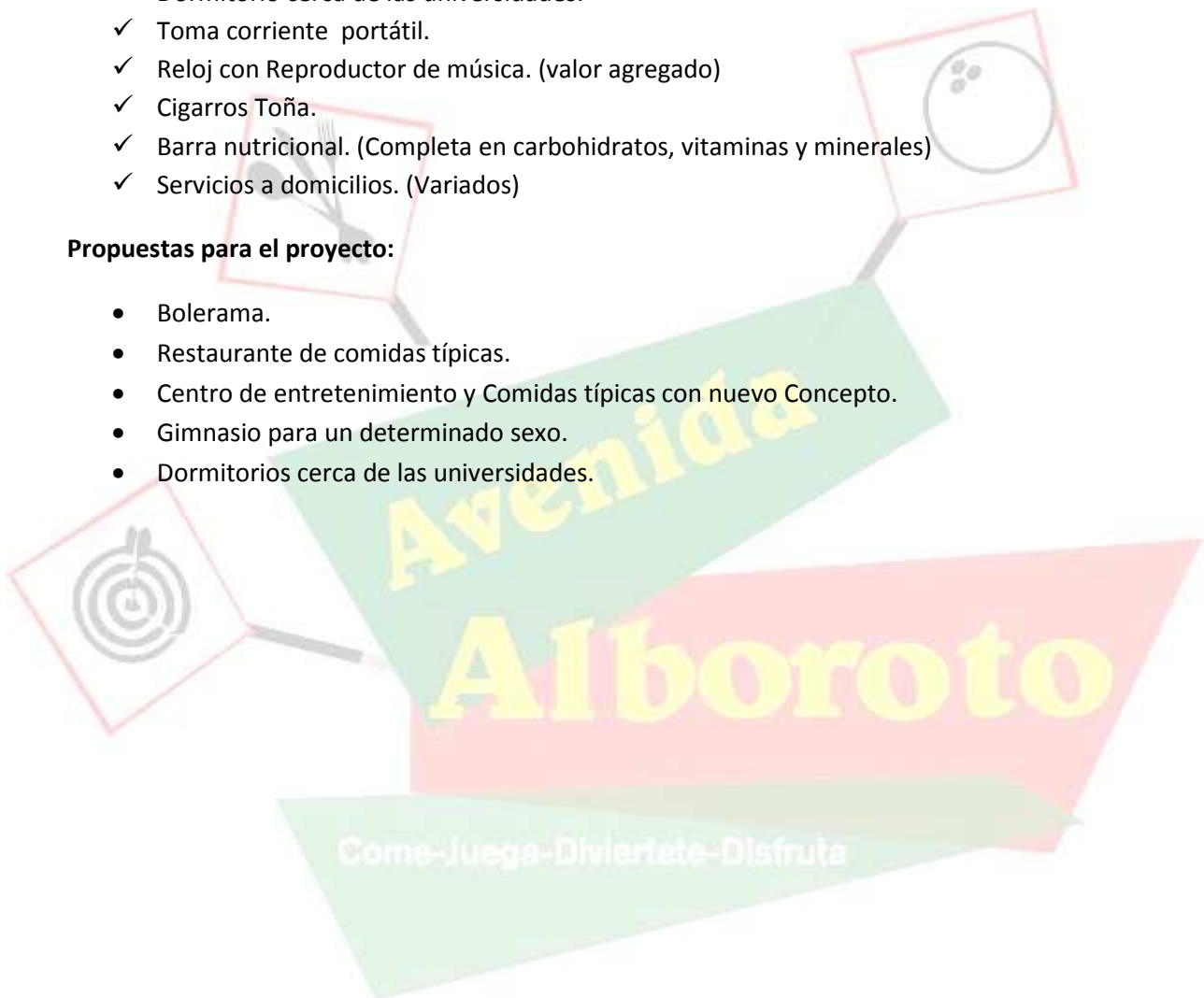
## Naturaleza del plan de negocios

### 1.2 Lluvia de ideas:

- ✓ Bolerama.
- ✓ Restaurante de comidas típicas.
- ✓ Centro de entretenimiento y Comidas típicas con nuevo Concepto.
- ✓ Gimnasio para un solo sexo.
- ✓ Dormitorio cerca de las universidades.
- ✓ Toma corriente portátil.
- ✓ Reloj con Reproductor de música. (valor agregado)
- ✓ Cigarros Toña.
- ✓ Barra nutricional. (Completa en carbohidratos, vitaminas y minerales)
- ✓ Servicios a domicilios. (Variados)

### Propuestas para el proyecto:

- Bolerama.
- Restaurante de comidas típicas.
- Centro de entretenimiento y Comidas típicas con nuevo Concepto.
- Gimnasio para un determinado sexo.
- Dormitorios cerca de las universidades.





### 1.3 Matriz de selección.

Plan para creación de empresas					
Soluciones y Criterios	Bolerama	Restaurante de comidas típicas	Centro de entretenimiento y Comidas típicas con nuevo Concepto.	Gimnasio para un solo sexo	Dormitorios cerca de las universidades
Nivel de innovación	3	3	5	2	4
Mercado potencial	4	2	5	2	3
Conocimiento Técnico	2	2	3	2	1
Requerimiento de capital	2	2	1	2	1
Puntaje	11	9	14	8	9

**Innovación:** Obtiene este puntaje ya que no hay un lugar como el que queremos desarrollar nosotros.

**Mercado Potencial:** El servicio que vamos a ofrecer es muy atractivo, y esta principalmente dirigidos a la población de clase media y alta de Managua, según el INIDE (Censo 2005) contamos con un mercado potencial de clase media y alta en el país de **127,165.13** personas, a las cuales queremos brindar nuestro servicio de entretenimiento, dirigiéndonos principalmente a jóvenes activos e inactivos económicamente, a adolescentes, y adultos.

**Conocimiento técnico:** Tenemos que saber mucho sobre restaurantes, centros de entretenimiento, actividades que hacen estos lugares, para poder crear algo innovador.

**Requerimiento de capital:** Nuestras expectativas es reducir lo más que podamos en negocio pero poner un negocio de este tipo requiere mucho dinero.

#### **1.4 Justificación de la empresa**

El proyecto elegido es el centro de entrenamiento y comidas típicas con un nuevo concepto. Pensando en que no hay un lugar que ofrezca las dos opciones lo consideramos como algo innovador por lo general no hay un balance es decir la comida es mejor que la recreación o la recreación es excelente pero la comida no ofrece satisfacción al cliente.

El motivo por el cual decidimos crear nuestro proyecto de inversión, fue con el objetivo de aprovechar la oportunidad que existe en nuestro país al no haber una oferta innovadora en lo relativo a centros de entretenimiento familiar sano, donde los nicaragüenses con un nivel socio-económico media-alta, es decir clase B+, B-, C+, pudieran disfrutar de los diferentes ambientes y distintos tipos de comidas divertidas que dicho centro ofrece, siendo este un proyecto rentable para nosotros como empresarios y atractivo para nuestros clientes potenciales.

Cabe resaltar que nuestros competidores indirectos como la zona deportiva claro es principalmente dirigido principalmente a jóvenes y niños con una actividad deportiva determinada y también no está muy dirigido al sexo femenino. Chavalandia es principalmente un centro de entretenimiento dirigidos hacia niños con diversidad de juegos como: mini golf, pin pong, billar, patines, jumper boats etc. y algunos de estos juegos también están dirigidos para hacerlo con sus padres como billar y ping pong. En este lugar de entretenimiento existen áreas de comidas las cuales presentan platos de comida rápida. Por otra parte cines, restaurantes, entre otros, no ofrecen todas las comodidades y diferentes ambientes donde las familias nicaragüenses podrán disfrutar experiencias únicas de diversión y comida en cada una de sus visitas.

Tomando en cuenta la problemática social actual de la falta de dispersión de los jóvenes, razón por la cual dicha juventud se involucra en actividades sociales negativa. Nuestro servicio ofrecerá una manera entretenida de diversión donde abarcando diferentes categorías de edades ya sea niños, jóvenes y adultos nuestro servicio logrará una forma de diversión interesante y no muy común en el país, donde nos podemos divertirnos en un ambiente agradable y al mismo tiempo disfrutar de una experiencia única en comidas típicas alocadas nicaragüenses y de este mundo también alejar a la población en especial los jóvenes de prácticas negativas.

Además de ello seremos una fuente de trabajo para el talento nicaragüense, a través de cuya retroalimentación lograremos un alto nivel de participación en el mercado, logrando así satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

### 1.5    Propuesta para el nombre:

- The cave
- La taberna
- Avenida alboroto
- Fun and Food
- The Crazy House

Plan para creación de empresas					
Soluciones y Criterios	Avenida alboroto	La taberna	The cave	Fun and Food	The Crazy House
Descriptivo	4	1	4	5	4
Original	4	1	4	4	2
Atractivo	3	5	3	1	3
Agradable	3	5	3	2	1
Puntaje	14	12	13	12	10

**Descriptivo:** Este nombre describe nuestro negocio como un lugar relajado, juvenil, moderno y fuera de lo acostumbrado.

**Original:** El nombre lo preferimos seleccionar en español y fuera de lo común por que pretendemos relacionarlo mucho con el concepto que ofreceremos.

**Atractivo:** Seleccionamos este nombre por que es : atractivo, fácil de recordar, es único , y esta enfoca al público joven.

**Agradable:** El nombre del local resulta ser apto para nuestro público, por otra parte no es ofensivo y esta enfocado hacia los jóvenes.

## **1.6 Descripción de la empresa**

Nuestra empresa ofrecerá las mejores estructuras y juegos disponibles en el mercado para que el cliente sea satisfecho mediante nuestra gran variedad de actividades como por ejemplo: boliche, tiro al blanco virtual , billar, comidas con un concepto alocado la cual vendrán acompañadas de distintos beneficios.

### **1.6.1 Tipo de la empresa**

Consideramos que es una mediana empresa por las siguientes características:

Concepto	Mediana Empresa
Capital	\$190,000.
Empleo	Más de 20 personas.
Características de la actividad económica	Servicio de comida y entretenimiento innovadores.
Acceso al crédito	Acceso al a banca y Recursos propios.
Organización interna de la empresa	Equipo administrativo, contabilidad, personal staff.
Ventas	Mercado nacional.

### **1.6.2 Ubicación de la empresa**

Dentro de nuestras propuestas para selección de ubicación del centro son las siguientes:

- Plaza Familiar.
- Contiguo a la Colonia Centroamérica.
- Galería Santo Domingo.
- Enfrente a Bar Piratas (Zona rosa)
- Carretera Masaya.
- Plaza Cuba (Modulo)

Consideramos que las zonas presentadas están en el centro de Managua donde hay más personas transitando mejor facilidad de acceso para el cliente, Así mismo podrá de una forma muy fácil y segura llegar al centro, a excepción de uno de los lugares (Plaza Cuba) la mayoría posee parqueo y provee las comodidades y confianza que necesita el cliente tanto al dejar su vehículo como a la hora de tomarnos como opción por nuestro nivel de seguridad.

### **1.7 Recursos Humanos**

Como empresa nos vamos a basar en un nuevo concepto de trabajo donde nuestro personal este enfocado en brindar una experiencia única hacia al cliente y crear de esta misma manera una imagen de identificación conforme a nuestro modo de trabajo. Vamos a crear un concepto de buen trato al cliente, crear un ambiente llamativo en la empresa Tanto el personal como al cliente (como realizar torneos, competencias amistosas con premios, realizando promociones y regalos a nuestros mejores clientes, retos de comidas etc.), e intentar mantener una relación con el este. Esto lo vamos a lograr con capacitaciones a nuestro personal e inculcando a seguir nuestras políticas y objetivos como empresa.

### **1.8 Problemas en los restaurantes**

Algunas de las dificultades más frecuentes en los diferentes restaurantes son las siguientes : mantenimiento de alimentos a temperaturas inadecuada , insuficiente lavado de manos , falta de creatividad en la comida y ambiente de local , calidad en la atención al cliente y mala capacitación del personal , falta de parqueo. También en los controladores de las actividades alimentarias se encontraron con mayor frecuencia deficiencias por desconocimiento de aspectos técnicos y falta de selección de etapas importantes para el control. Los principales problemas originados por los consumidores fueron los derrames de alimentos y sus conversaciones sobre los productos alimenticios ofertados.

Estos problemas se presentan por la falta de educación sanitaria de los manipuladores y por insuficiente exigencia de los controladores de la actividad alimentaria; en nuestro estudio encontramos que estas actitudes se originan, con mayor frecuencia, por desconocimiento de aspectos técnicos y la falta de selección de etapas importantes para controlar la actividad alimentaria por parte de los supervisores. Condiciones similares a éstas han sido valoradas por otros autores, quienes indican que se han realizado acciones importantes para la superación de la calidad de los controles sanitarios.

Los restaurantes contribuyen al problema de contaminación del agua, cuando permitimos que pequeñas partículas de alimentos, aceites, grasas, basura y productos de limpieza se mezclen con el agua que va dirigida al drenaje pluvial. Otro problema que se da también es el de los alcantarillados sanitarios cuando se sobrecargan, esto por la venida de aguas fluviales y por el exceso de desperdicios. El sistema de alcantarillado no incluye ningún tipo de tratamiento y por lo tanto acarrea el agua pluvial y desechos hacia los arroyos, lagunas y el océano. Para evitar la contaminación los restaurantes deben usar sistemas de trampas de grasas, de forma que estas no se mezclen con el agua en su camino final hacia las plantas de tratamiento y se ha menos el impacto ecológico que la empresa produce hacia el medio ambiente .

### **1.9 Misión**

Ofrecer una alternativa de entretenimiento innovadora con un concepto de comidas típicas único a nuestros clientes, en un lugar agradable, cómodo y con un buen ambiente de recreación para jóvenes, y familia en general.

### **1.10 Visión**

Ser uno de los líderes en el mercado nacional consolidándonos como uno de los mejores centros recreativos gracias a nuestro servicio de calidad único y con el mejor ambiente de recreación para nuestros clientes.

### **1.11 Objetivos**

#### **Corto:**

Ser una zona de enfrentamiento recreativa y divertida, empleando atracciones como: boliche, , tiro al blanco virtual , billar, comidas típicas con un nuevo concepto etc. Y identificándonos como un ambiente atractivo, familiar, juvenil y moderno para nuestros clientes.

#### **Mediano plazo**

Llegar a ser reconocidos como uno de los mejores centros de entretenimiento y comidas llamativas de Managua, y de esta forma consolidarnos por nuestros excelentes servicios y concepto como uno de los 10 mejores lugares de recreación en Managua.

#### **Largo plazo**

Lograr identificarnos como el mejor centro de entretenimientos y comidas típicas con nuevo concepto en el país y de esta forma lograr expandirnos, llevando nuestra franquicia hacia diferentes ciudades de Nicaragua.

Come-Juega-Divertete-Disfruta



### **1.12 Ventajas Competitivas**

- Actualmente no existe negocio con nuestra misma oferta innovadora.
- Contamos con las mejores infraestructuras del mercado.
- Contamos con lo último en equipo para boliche.
- Personal altamente capacitado con últimas tendencias en atención del cliente.
- Poca competencia directa.
- No existe ningún lugar con comidas típicas llamativas.
- Buena ubicación.
- Visibilidad del lugar para el cliente.
- Ambiente cómodo y agradable.
- Contamos con 4 actividades : Boliche – Tiro al Blanco – Wáter Walking – Billar todo bajo un mismo techo.

### **Distingos Competitivos**

- Promociones especiales para los clientes.
- Servicio de entrenamiento para los que no saben jugar nuestras 4 actividades.
- Sistemas de membresías.
- Mejoramiento de precios cuando el cliente personalice su menú.
- Constante cambios, mejorar la experiencia no sienta monótonos.
- Evaluaciones periódicas para mejorar la experiencia del cliente.
- Calidad y atención única en nuestros servicios.

### **1.13 Análisis de la industria o sector**

Consideramos que estamos compitiendo en dos sectores:

- Restaurantes
- Centros de entretenimiento

En Managua existen muchos lugares de entretenimiento y la competencia mas cercana son: ( Chavalandia, gamespot, complejos deportivos como : La MECA, zona claro , sport center.) también nuestro negocio ofrece entretenimiento sano para la juventud y una alternativa nueva para visitar en la semana además de esto cabe destacar según tripwolf guía de viajes y una aplicación para buscar centros relacionados al entretenimiento llamada “nightlife” en Managua, en la ciudad capital hay entre 15 y 20 centros de entretenimientos, y la mayoría son: bares o discos , complejos deportivos , cines etc. Lo que nuestro negocio busca es dar a nuestros clientes una nueva alternativa de entretenimiento y de comidas llamativas e innovadoras.

Por otro lado la mayoría de estos lugares no poseen venta de alimentos, y los que poseen son muy bajos y no cubren las necesidades de los clientes. Nuestro negocio con el fin de satisfacer estas necesidades de nuestros futuros clientes, en cuanto a alimentación y recreación, vamos a incorporar en nuestro centro de entretenimiento una área de comidas típicas llamativas donde



podemos encontrar diferentes platos típicos del país pero con un toque mas llamativo y entretenido , esto conforme al concepto del negocio.

Por otra parte, los tipos de restaurantes que logramos identificar en la ciudad son:

- Restaurantes temáticos: son locales que recrean una atmósfera de otros lugares o culturas y ofrecen las comidas afines al ambiente.
- Catering: son empresas que se dedican a organizar comidas, banquetes, etc. y proporcionar todos elementos necesarios tales como camareros, mesas y demás, adaptándose a las necesidades del cliente.
- Servicios a domicilio: como el mismo nombre indica estos establecimientos sirven el pedido en el domicilio del cliente.
- Asadores-Restaurantes: son los establecimientos donde acuden los consumidores. Disponen de tipos muy variados de comida y son los más corrientes.
- Comida Rápida: establecimientos de autoservicio donde el cliente busca comida rápida.
- Mesones/Tabernas: en ellos el cliente prefiere la calidad en la comida más que en el servicio.

De los siguientes 6 tipos de division de restaurantes, clasificamos el de Nuestro negocio como uno de tipo temáticos, tomando en cuenta las características de atmosfera del negocio y el concepto cultural de la comida. Eso es lo que pretende este negocio conforme a la area de venta de comida y que estas sean llamativas, innovadoras e interesantes para el público.

#### **1.14 Producto o servicio.**

Nuestro servicio se basa en dar una experiencia única de entretenimiento en la ciudad de Managua , en los cuales ofreceremos : boliche ,tiro al blanco, billar, comidas con un estilo diferente y actividades variadas.

No solo seremos reconocidos por ser un centro de juego sino también por también ofreceremos distintas alternativas de platos típicos de Nicaragua con un toque moderno y creativo. También pretendemos desarrollar promociones creativas conforme a nuestras principales áreas que son: comidas y la de juegos, creando una conexión interesante para nuestros clientes, desde pase especial por determinada cantidad de días si nuestros clientes llegan disfrazado o con un atuendo creativo, hasta promociones y premios por desafíos en nuestros extravagantes platos.

### 1.15 Calificación para entrar al área.

#### **Características de creatividad del equipo.**

- ✓ Muy curiosos.
- ✓ Tenemos ideas nuevas y firmes de negocio.
- ✓ Queremos proponer un área de servicio única y innovadora.
- ✓ Pensamos diferente y no hacia lo tradicional
- ✓ Nuestros ambiente trabajo y la empresa en si tendrá una imagen nueva para Nicaragua y una imagen conforme al negocio.

#### **Perfil De los integrantes que conforman el equipo.**

##### **Daniel Montoya Galeano:**

Edad: 20 años.

- ✓ **Características físicas:** peso y altura promedio capaz de realizar actividades físicas fuertes.
- ✓ **Habilidades mentales:** bueno en creación de idea, organización de trabajo, resolviendo problemas, y en decisiones de trabajo.
- ✓ **Preparación académica:** bachiller y actual estudiante de administración de empresas en la universidad americana (UAM), estudiante de ingles en el ANS.
- ✓ **Habilidades técnicas:** Capaza de manejar programas básicos de computación, análisis administrativos, estrategias administrativas, análisis de mercados.
- ✓ **Experiencia laboral:** ----

##### **Paul Grádiz**

Edad: 20 años

- ✓ **Características físicas:** peso y altura promedio capaz de realizar actividades físicas fuertes.
- ✓ **Habilidades mentales:** bueno en comunicación y en la elaboración de ideas e innovaciones de servicios.
- ✓ **Preparación académica:** Bachiller y actual estudiante de administración de empresas en la universidad americana, estudiante de inglés en la universidad americana UAM.

- ✓ **Habilidades técnicas:** Capaz de manejar Microsoft office y otros programas básicos para la elaboración de informes, estados de cuenta entre otros.
- ✓ **Experiencia laboral:** ----

**José Carlos Ferrufino Suárez:**

Edad: 20 años

Cuarto año en la carrera de administración de empresas en la Universidad Americana (UAM), 2 años de experiencia como asistente financiero en empresa familiar y experiencia en tecnología e informática.

**Frank Ariel Sobalvarro Bravo**

Edad: 20 años

- ✓ Características físicas: Peso y altura promedio capaz de realizar cualquier actividad física fuerte.
- ✓ Habilidades mentales: Bueno en sus pensamientos de innovación y en la toma de decisiones dentro de cualquier área de trabajo.
- ✓ Preparación académica: Bachiller y actualmente estudiante de Administración de Empresas en la Universidad Americana (UAM) y estudiante del idioma inglés en el ANS.
- ✓ Habilidades técnicas: Capaz de manejar los programas básicos de computación, análisis de los mercados competitivos, y ver el comportamiento de los consumidores.
- ✓ Experiencia laboral: Ninguna.

**Martin Peña**

Edad: 20 años

- ✓ Estudiante de 3er. Año de la Licenciatura en Contabilidad y finanzas. 6 meses de experiencia como auxiliar contable y 4 meses en auditoría.
- ✓ Preparación Académica: Bachiller y Termino estudios del idioma de inglés en el Centro Cultural Nicaragüense.

### **1.16 Apoyos**

#### **Manuel Salgado:**

Director del programa emprendedores en la universidad Americana con muchos años de experiencia en el tema y ha ganado muchos premios y lugares en competencias de emprendedores.

#### **José Montoya Pérez:**

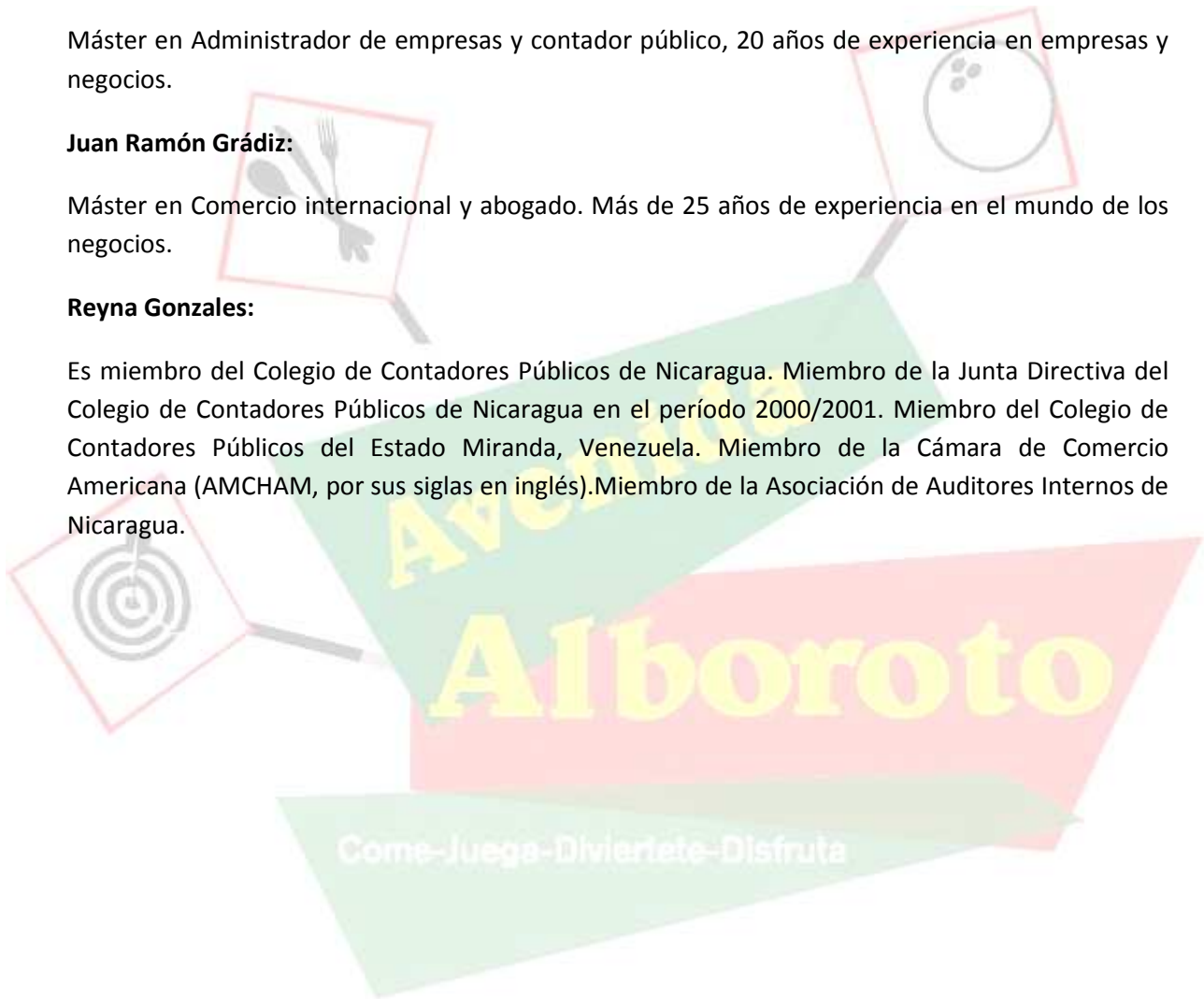
Máster en Administrador de empresas y contador público, 20 años de experiencia en empresas y negocios.

#### **Juan Ramón Grádiz:**

Máster en Comercio internacional y abogado. Más de 25 años de experiencia en el mundo de los negocios.

#### **Reyna Gonzales:**

Es miembro del Colegio de Contadores Públicos de Nicaragua. Miembro de la Junta Directiva del Colegio de Contadores Públicos de Nicaragua en el período 2000/2001. Miembro del Colegio de Contadores Públicos del Estado Miranda, Venezuela. Miembro de la Cámara de Comercio Americana (AMCHAM, por sus siglas en inglés). Miembro de la Asociación de Auditores Internos de Nicaragua.



### **1.17    Matriz FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Propuesta de valor novedosa en el servicio de entretenimiento y comida.</li><li>2. Tener un área de comida en nuestro local.</li><li>3. Apropiada estructura. (Amplia, cómoda, segura)</li><li>4. Local bien ubicado.</li><li>5. Propuesta de comidas único en el país.</li><li>6. Amplio parqueo en el local actual.</li><li>7. Mejor maquinaria.</li><li>8. Mejor equipo de trabajo más especializado.</li><li>9. Terreno espacioso para agrandarnos si la demanda lo requiere.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Alta inversión para abrir el negocio.</li><li>2. Inversionistas que puedan crear una réplica de nuestro proyecto.</li><li>3. Se necesita mucho tiempo para preparar algunos platillos Nicaraguenses como baho y vigoròn.</li><li>4. No encontrar inversionistas que nos quieran apoyar en nuestro proyecto.</li><li>5. Gastos elevados de mantenimiento del local.</li><li>6. Corto tiempo de inicio de operaciones.</li><li>7. Alto consumo de energía y gas para realizar las comida y para en funcionamiento del área de entretenimiento.</li><li>8. Poco espacio para la cocina en el loca actual.</li><li>9. Poca experiencia del equipo en negocios.</li><li>10. Gastos elevados en publicidad y diseño del local.</li></ol>

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acceso a préstamos para abrir el negocio.</li> <li>2. Facilidad para encontrar los ingredientes de las comidas.</li> <li>3. Población altamente joven en el país.</li> <li>4. Incorporar el boliche y billar como juegos sanos y entretenidos para el público de Managua.</li> <li>5. Pocos centros de diversión sana en el país.</li> <li>6. Incorporar boliche y billar como entretenimiento sano en el país par los jóvenes.</li> <li>7. Aumento de la clase media en el país ( según Óscar Calvo-González economista, abril 23 de 2013 la prensa)</li> <li>8. Alta seguridad en el país.</li> <li>9. No existen venta de comidas típicas llamativas para los jóvenes en país.</li> <li>10. Cercanía a nuestro mercado potecial en nuestra ubicación actual.</li> <li>11. Gran aceptación y demanda de la comida típica en el país.</li> <li>12. Promociones atractivas y creativas conectadas con la comida y los juegos.</li> <li>13. Vender el equipo necesario para practicar distintas actividades como billar y boliche.</li> <li>14. No existen muchos centro de entretenimiento en el país.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posibilidad de que los competidores existentes incorporen elementos de nuestra oferta.</li> <li>2. Debilidad en la Estabilidad política del país.</li> <li>3. Aceptación del público por los juegos ofrecidos.</li> <li>4. Creencias negativas al lugar por parte de la sociedad.</li> <li>5. Fuertes Competidores indirectos ( Cines, Malls, Discos, bares , comidas rápidas )</li> <li>6. El capital que utilizan para gastar nuestros futuros cliente en nuestro negocio dependerá gran parte de sus padres.</li> <li>7. Fuerte competencia y aceptación del público por la comida rápida en el país ( BK, McDonalds. Etc.)</li> <li>8. Precios bajos de comidas típicas en el país en negocios informales.</li> <li>9. Precios bajos en la área de entretenimiento de competencia.</li> </ol>

Come-Juega-Diviertete-Disfruta

## **2. Mercadeo**

### **2.1 Análisis de los Clientes**

Avenida Alboroto está dirigida a jóvenes y las familias nicaragüenses con el fin de unificar las mismas mediante al entretenimiento sano, pertenecientes a la clase media media-alta y alta de nuestro país.

Con 4 grupos principales de clientes:

#### **1 - Jóvenes activos:**

Los jóvenes de igual forma se clasifican en clase media-alta, y media que van de las edades entre 18 y los 30 años, teniendo unos ingresos por persona que pueden ir de los 350 a los 800 dólares mensuales. Se caracterizan por ser personas activas y que suelen aprovechar un porcentaje de su salario en entretenimiento. Suelen practicar deportes y realizar actividades en grupo.

#### **2- Jóvenes y adolescentes inactivos:**

Son jóvenes de igual forma que clasifican en clase media-alta, y clase media, pero que no tiene un trabajo fijo y por lo general su salario semanal o mensual depende de sus padres, van de edades entre 13 a 22 años .

#### **3- Familias de ingresos medio- alto:**

Son familias que tienen como práctica el ir semanal o quincenalmente al cine o alguna otra forma de entretenimiento. Tienden a ser familias de altos ingresos y tamaño medio que van de los 4 a los 6 integrantes. Estos núcleos son muy unidos y por lo general buscan el equilibrio entre los intereses de los infantes y/adolescentes y a la vez con los de los padres.

#### **4- Clase media:**

Las familias de clase media ocupan posiciones intermedias de poder, prestigio y riqueza. Suele considerarse que representa la mayoría si se comparan con la clase alta, pero es evidente que los límites de esta clase resultan extraordinariamente laxos, al abarcar desde los profesionales y administradores de alto nivel hasta los empleados del sector servicio. Suelen ser de 4 o más integrantes, son núcleos muy unidos y tiene como preferencia visitar lugares de entretenimiento como cine, mall, etc.



## **2.1    Objetivos de mercados**

Según INEC y INIDE otros estudios poblacionales en Managua hay:

- Población Total: 1, 316,981.
- Población rural: 70,264
- Población Urbana: 1, 246,71

## **2.2    Objetivos de aparente consumo.**

### **Objetivo a corto plazo (1 año):**

Cubrir un **9%** de la población de clase media en general de la ciudad, lo que hace un total de **11,444.86** en un rango de edad entre 12 a 40 años con ingresos mensuales entre: \$1500 a \$2000 y \$2000 a \$2500 o más ubicados en la parte central de Managua.

**Consumidos potencial: 9% de 127,165.13: 11,444.86 clientes potenciales**

5 % de 11,444.86 visitaría una vez el negocio mensualmente : 572.243 visitas

25 % de 11,444.86 visitaría una vez el negocio trimestralmente : 2861.215 visitas

55% de 11,444.86 visitaría una vez el negocio semestralmente: 6294.673 visitas

12 % de 11,444.86 visitaría él una vez el negocio Anualmente : 1373.38 visitas

3 % de 11,444.86 visitaría una vez el negocio ocasionalmente : 343.34 visitas

**Consumo aparente anual primer año: 11,444.86 (suma de los %)**

### **Objetivo a Medio plazo (3 años):**

Cubrir un **20%** de la población de clase media en general de la ciudad, lo que hace un total de **25,433.02** en un rango de edad entre 12 a 40 años con ingresos mensuales entre \$1500 a \$2000 y \$2000 a \$2500 o más ubicados en la parte central de Managua logrando de esta manera considerarse como uno de los mejores 5 lugares en la ciudad de entretenimiento y comida naciones con un concepto moderno.

**Consumidos potencial: 20% de 127,165.13: 25,433.02 clientes potenciales**

5 % de 25,433.02 visitaría una vez el negocio mensualmente : 1,271.65 visitas

25 % de 25,433.02 visitaría una vez el negocio trimestralmente : 6358.25 visitas

55% de 25,433.02 visitaría una vez el negocio semestralmente: 13988.16 visitas

12 % de 25,433.02 visitaría él una vez el negocio Anualmente : 3051.96 visitas

3 % de 25,433.02 visitaría una vez el negocio ocasionalmente : 762.99 visitas

**Consumo aparente anual tercer año: 25,433.02 (suma de los %)**

**Objetivo a Largo plazo (5 años):**

Cubrir un 30 % de la población de clase media en general lo que hace un total de **38,149.53** en un rango de edad entre 12 a 40 años con ingresos mensuales entre:\$1500 a \$2000 y \$2000 a \$2500 o más ubicados en la parte central de Managua logrando de esta manera considerarse como el mejor centro de entretenimiento y comida nacional con un concepto moderno y pensando en futura apertura de otra franquicia en las diferentes ciudades del país.

**Consumidos potencial: 30% de 127,165.13:38,149.53 clientes potenciales**

5 % de 38,149.53 visitaría una vez el negocio mensualmente : 1907.47 visitas

25 % de 38,149.53 visitaría una vez el negocio trimestralmente : 9537.38 visitas

55% de 38,149.53 visitaría una vez el negocio semestralmente : 20,982.24 visitas

12 % de 38,149.53 visitaría el una vez el negocio Anualmente : 4577.94visitas

3 % de 38,149.53 visitaría una vez el negocio ocasionalmente : 1144.48visitas

**Consumo aparente anual tercer año: 38,149.53 (suma de los %)**

Come-Juega-Divertete-Disfruta

### **2.3 Segmento de Mercado.**

**Sexo:** Masculino y Femenino.

**Edades:** 12 a 35 años.

**Ingresos:** Clase Media: \$1500 a \$2000 Dólares Clase Alta : Más de \$2200.

Clasificamos a nuestros clientes de manera geográfica, puesto que nuestros clientes principales son del departamento de Managua, específicamente del municipio de Managua. De igual forma tomamos en cuenta la clasificación de clientes por categoría.

**Ingresos:** Nuestros clientes son clase media-alta, con ingresos mayores a los U\$ 13,000 anuales en los casos de cabeza de familia. En los casos de jóvenes adultos.

**Estilo de vida:** nuestros clientes se caracterizan por tener una personalidad activa y en búsqueda de lugares innovadores. Suelen practicar deportes y en el caso que no lo hagan, desearían hacerlo. También entran dentro de este segmento, las personas que tienen una mente activa, y que disfrutan de un momento de relajación, sin perder su estilo y forma de ser.

#### **Demanda potencial:**

Los nicaragüenses con un nivel socio-económico media-alta y media, es decir clase C+ y C pudieran disfrutar de los diferentes ambientes que dicho centro de entretenimiento ofrece.

El **2.2%** de la población de Managua es clase media alta **27,427.77** y clase media el **8%** **99,737.36** en total son **127,165.13** esa es la población que queremos cubrir en general.

### **2.4 Mercado Potencial**

Nuestro mercado potencial son todas aquellas personas principalmente de Clase media alta en ciudad de Managua, que buscan una nueva forma de entretenimiento sano y comida innovadora. En las cuales encontramos adolescentes entre 12 a 18 años, jóvenes de 18 a 25 años y adulto de 30 a 37 años.

## 2.5 Estudio de mercado

$$n: \frac{Nz^2(p)(1-p)}{e^2(N-1) + z^2(p)(1-p)}$$

**Población Encuestada.**

**Donde:**

**n:** Tamaño de la muestra

**N:** Tamaño de la población

**p:** Proporción de éxitos

**e:** Error permitido

**z:** Valor estándar correspondiente al nivel de confianza

Donde n es:  $\frac{1,246,717(1.96)^2(0.50)(1-0.50)}{(0.50)^2(1,246,717-1) + (1.96)^2(0.50)(1-0.50)}$

**n: 384.04 encuestados**

## **2.6      Elaboración de Encuesta**

### **Encuesta.**

Buen día, Somos estudiantes de 4to año de la Universidad Americana de la carrera de administración de empresas. Con el objetivo de realizar un estudio de mercado acerca de la viabilidad de un proyecto relativo a un Centro de Entretenimiento, solicitamos tu apoyo en el llenado de la siguiente encuesta. Gracias

- Edad \_\_\_\_\_
- **¿Qué actividades de entretenimiento acostumbra?**
  - Cine \_\_\_\_\_ Complejos deportivos \_\_\_\_\_ Restaurantes \_\_\_\_\_ Mall \_\_\_\_\_
  - Gamespot \_\_\_\_\_ Discos/Bares \_\_\_\_\_ Chavalandia \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_
- **¿Con que frecuencia visita el lugar anterior?**
  - Semanalmente \_\_\_\_\_ Quincenalmente \_\_\_\_\_ Mensualmente \_\_\_\_\_
- **¿Cuáles son los elementos que usted mas valora de los lugares anteriores?**
  - Atención \_\_\_\_\_
  - Seguridad \_\_\_\_\_
  - Estacionamiento \_\_\_\_\_
  - Precios \_\_\_\_\_
  - Variedad en productos \_\_\_\_\_
- **¿Con quién asiste a estos sitios?**
  - Familia \_\_\_\_\_ Amigos \_\_\_\_\_ Compañeros de trabajo \_\_\_\_\_ Solo \_\_\_\_\_
- **¿Cuando visitas estos sitios de entretenimiento, comes dentro del local o prefieras comer en otro lugar?**
- Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- **¿Si tu respuesta anterior Fue SI , Podrías mencionar que lugares acostumbras a visitar cuando comer fuera de los centro de entretenimientos?**
- \_\_\_\_\_

- ¿Te gustaría platos nicaragüenses con un nuevo concepto alocado y creativo?

○ Sí \_\_\_ No \_\_\_

- Si tu respuesta anterior fue Si, Te gustan los siguientes nombres de comidas típicas alocadas para el menú del local

- |  |    |    |
|--|----|----|
| • <u>Gallopinto momotombo</u>          | SI | NO |
| • <u>Tajadas con queso monstruosas</u> | SI | NO |
| • <u>Quesillo cargacerrada</u>         | SI | NO |
| • <u>Las Cajetas de la abuela</u>      | SI | NO |
| • <u>Vigorón extremo</u>               | SI | NO |
| • <u>Baho bomba</u>                    | SI | NO |
| • <u>Jamaicazo (jugo)</u>              | SI | NO |
| • <u>El nacatamalazo</u>               | SI | NO |
| • <u>Parrillada descomunal</u>         | SI | NO |

- **Le gustaría asistir a un centro de entretenimiento que ofrezca las siguientes actividades: Bowling, billar, go cars, tiro al blanco, trampolines, (alocadas) etc...**

○ Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

- **Si tu respuesta anterior fue si, Marca con una X cuales de las siguientes actividades que te gustaría que el centro de entretenimiento presente .**

- Bowling \_\_\_\_\_
- Billar \_\_\_\_\_
- Go cars \_\_\_\_\_
- Tiro al blanco \_\_\_\_\_
- Trampolín ( grandes ) \_\_\_\_\_
- Wáter walking ball \_\_\_\_\_
- Presentaciones de Comediante \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

- **¿Cuánto estarías dispuesto a gastar al centro?**

○ \$5 a \$15 \_\_\_\_\_

○ \$25 a \$35 \_\_\_\_\_

- \$50 a \$70 \_\_\_\_
- \$75 a \$100 \_\_\_\_
- Más de \$100 \_\_\_\_

• **¿Qué promociones/actividades te gustaría que incluyéramos?**

- Torneos\_\_\_\_
- Eventos semanales\_\_\_\_
- Desafíos por platos de comida\_\_\_\_
- La hora del ejecutivo\_\_\_\_
- Happy hour de cerveza\_\_\_\_
- Descuentos \_\_\_\_
- Cumpleaños \_\_\_\_

• **¿Qué otros servicios te gustaría encontrar?**

- ATM\_\_\_\_
- Área de fumado\_\_\_\_
- Servicio de taxi\_\_\_\_
- Salas de juego de video\_\_\_\_
- VIP \_\_\_\_

• **Te gustaría tarjetas de preferencia VIP, CLIENTE PREFERENCIAL 1, CLIENTE PREFERENCIAL 2.**

- SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

• **¿Dónde te gustaría que este ubicado el centro de entretenimiento?**

• \_\_\_\_\_

**Muchas Gracias**



## **2.7**      **Aplicación de la encuestas**

Según INIDE un poca mas 50 % de la población de Managua es una población joven entonces de nuestros total de encuestados ( 384 ) , nosotros vamos a dividir nuestras encuestas conforme a nuestro segmento de mercado que son : Jóvenes activos e inactivos , adolescentes entre 12 a 15 años , y adultos de clase media entre 30 a 45 años.

52% : 199.6 ò 200 encuestas dirigidas hacia los jóvenes entre 16 a 22 años.

33 % : 126.7 ò 127 encuestas dirigidas adolescentes entre 12 a 15 años.

15 % : 57.6 ò 58 encuestas dirigidas hacia los adultos entre 30 a 45 años.

## **2.8**      **Análisis y conclusión de encuestas**

### **¿Donde se realizó?**

Realizamos un total de 384 encuestas, dirigidas a nuestros futuros clientes . Decidimos realizar las encuestas en las universidad: UCA, UNI (IES), UAM, UCA , UNICA. Para realizar las encuestas de jóvenes activos e inactivos (200 encuestas ) , pretendemos realizar las de los adolescentes de 12 a 15 años en colegios de capital como : teresiano , centro America y la Salle ( 127 encuestas ) , y las 57 encuestas de los adultos de clase media pretendemos realizarlas en diferentes centro comerciales del país y también pretendemos visitar algunos residenciales.

### **¿Cuando se realizó?**

Dividimos el tiempo en un total de 5 sesiones de 5 horas por cada una de la secciones :

- Martes 5 de marzo del 2013 : UAM
- Martes 9 de Abril del 2013 : UAM
- Jueves 11 de Abril : UNICA
- Viernes 12 de Abril : UNI (IES)
- Miércoles 17 de Abril : UCA
- Martes 23 de Abril : Teresiano y Colegio C.A
- Viernes 26 de Abril : Colegio La salle

### **¿A quienes se realizó?**

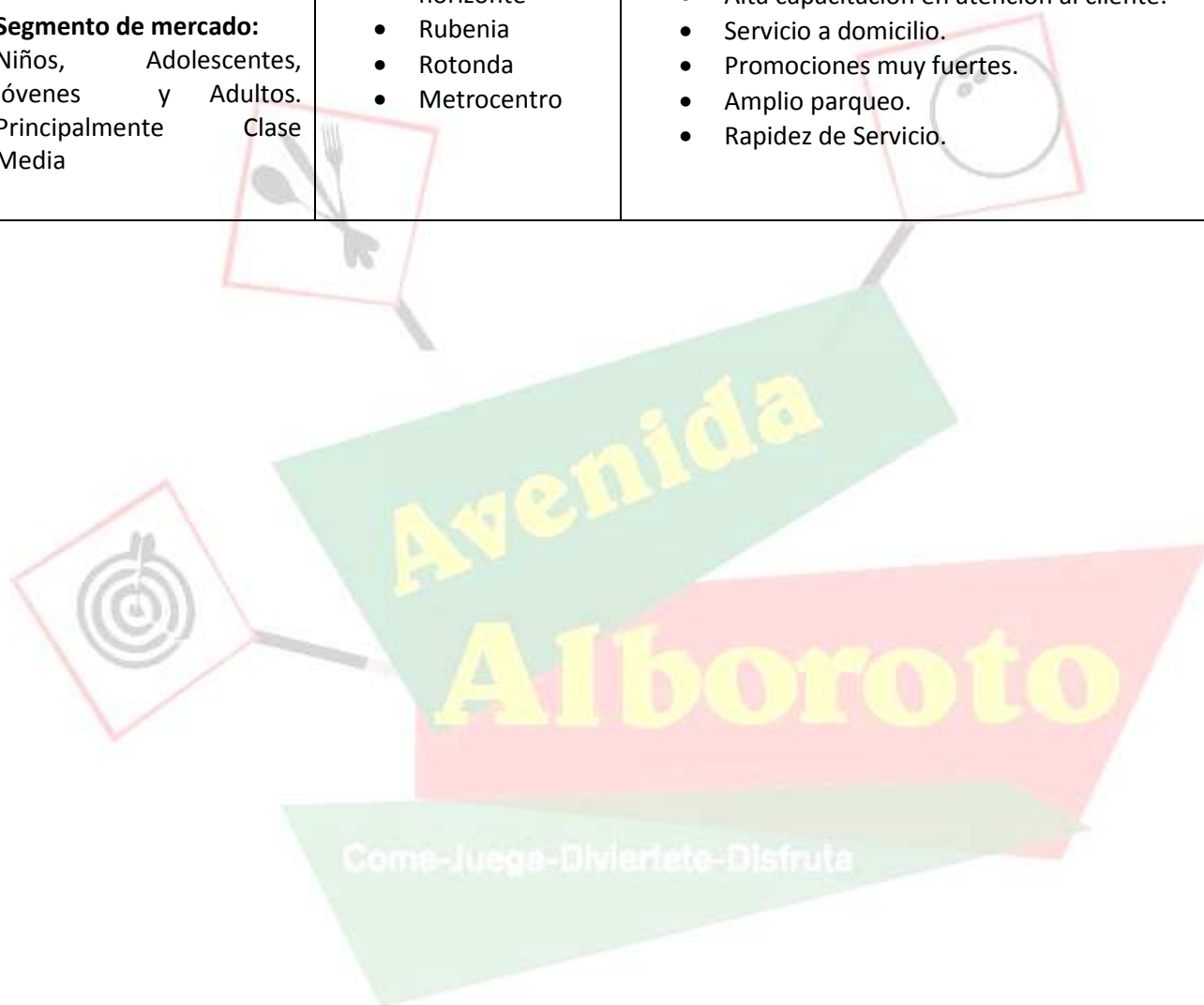
Las encuestas se aplicaron a jóvenes activos e inactivos como lo planteamos en nuestro clientes potenciales, provenientes de familias de clase media y media alta, lo cuales reciben un salio

(trabajo) o una mesada de (padres) que están dentro de los rangos de clase media y media alta. Las personas que respondieron nuestra encuesta tienen rango de edades de 16 a 22 años.

## 2.10 Participación de la competencia en el mercado.

Nombre del competidor	Ubicación	Principales ventajas
<b>Gamespot</b>  <b>Segmento de mercado:</b> Niños, jóvenes y Adultos. Principalmente Clase Media.	Cc Galerías Santo Domingo Mód A-1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran diversidad de juegos.</li> <li>• Posee un boliche, pero a menor escala.</li> <li>• -Buena ubicación.</li> <li>• -Tienen más de 5 años en el mercado.</li> <li>• -Posee venta de comida dentro del local.</li> </ul>
<b>Chavalandia</b>  <b>Segmento de mercado:</b> Niños y Adolescentes. Principalmente Clase Media y Clase Alta.	Km. 16 Carretera Masaya, 100mts. Sur (Costado Norte estacionamiento del Zoológico nacional), Tiquantepe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varias opciones de entretenimientos amplios y al aire libre.</li> <li>• posee venta de alimentos dentro del local.</li> <li>• Área de eventos y de cumpleaños.</li> <li>• Posee pista para patinar.</li> <li>• Se encuentra Fuera de Managua – Km16</li> </ul>
<b>McDonald's</b>  <b>Segmento de mercado:</b> Niños, Adolescentes, jóvenes y Adultos. Principalmente Clase Media.	Mano derecha centro comercial Metrocentro, contiguo a la gasolinera uno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención rápida.</li> <li>• Amplio parqueo.</li> <li>• Servicio de drive-through</li> <li>• Ya está posicionada en el mercado.</li> <li>• Posee área de juegos para niños</li> </ul>
<b>Burger King</b>  <b>Segmento de mercado:</b> Niños, Adolescentes, jóvenes y Adultos. Principalmente Clase Media.	Plaza de las victorias contiguo a súper mercado la Unión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio a domicilio.</li> <li>• Servicio de drive-through</li> <li>• Atención rápida.</li> <li>• Amplio parqueo.</li> <li>• Ya está posicionada en el mercado.</li> <li>• Posee área de juego para niños.</li> </ul>

<p><b>Pool 8</b></p> <p><b>Segmento de mercado:</b> Adolescentes jóvenes y Adultos. Principalmente Clase Media y Clase Alta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del Hotel Colón 1 C al Sur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran cantidad de mesas de pool.</li> <li>• Buena aceptación de los clientes jóvenes.</li> <li>• Gran tendencia a realizar competencias.</li> <li>• Más de 5 años de experiencia en el mercado.</li> <li>• Personal Capacitado de atención.</li> </ul>
<p><b>Pizza hut</b></p> <p><b>Segmento de mercado:</b> Niños, Adolescentes, jóvenes y Adultos. Principalmente Clase Media</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotonda Bello horizonte</li> <li>• Rubenia</li> <li>• Rotonda</li> <li>• Metrocentro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de juego para niños.</li> <li>• Alta capacitación en atención al cliente.</li> <li>• Servicio a domicilio.</li> <li>• Promociones muy fuertes.</li> <li>• Amplio parqueo.</li> <li>• Rapidez de Servicio.</li> </ul>



## **2.11 Promoción del Nuestros Servicio.**

### **Publicidad:**

En nuestro negocio pretendemos realizar los siguientes tipos de publicidad:

1- Creación de Páginas en las red sociales: Facebook, Twitter, instagram Etc.

2- Anuncio en la televisión: Canales nacionales específicamente.

3- Anuncio sobre la Carretera día de apertura): El día de inauguración podremos un anuncio rodante de luces sobre la carretera.

### **Promoción de Venta:**

- ✓ Descuentos por carnet estudiantil vigente.
- ✓ Pases gratis y descuentos por llegar disfrazados acerca de algún tema.
- ✓ Premios por completar desafíos en nuestros platos de comidas.
- ✓ Premios En diferentes competencias de boliche.
- ✓ Descuentos y membresías a nuestros mejores clientes.
- ✓ Precios bajos en nuestros platos a determinadas horas del día.

## **2.12 Plan de introducción al Mercado.**

Distribuiremos nuestro servicio en el corto plazo a través de una cadena de comercialización directa producto – consumidor. Nuestro servicio pretende en el primer año posicionarse en el mercado de Managua como un opción entretenida, sana y diferente a lo que en la ciudad esta acostumbrado. Durante el primer año trataremos de realizar un plan publicitario agresivo para captar nuestro público externo, enfocándonos en redes sociales, promociones llamativas y creativas, creando anuncios por televisión, visitando colegios y universidad presentándoles nuestras propuestas. Como empresa consideramos que en Managua no existe mucho riesgo de aceptación y de rechazo en cuanto a este negocio, ya que los centros de entretenimiento en la ciudad son muy escasos y al presentar a nuestros clientes propuestas nuevas como el boliche que actualmente no existen en la país , consideramos que aceptación será positiva por parte de nuestros clientes . Además siempre pensando en nuestros clientes consideramos agregar un área de venta de comidas típicas con un concepto creativo y desafiante, los cuales lograran llamar la atención de hasta el más reservado. A largo plazo (5 años) consideramos que seremos una empresa ya posicionada en el mercado y una de las mejores en entretenimiento de la ciudad .También en un futuro pretendemos llevar esta idea de franquicia a diferentes ciudades de Nicaragua.

Consideramos estos puntos claves en nuestro plan de introducción al mercado:

#### Puntos clave.

- ❖ Precios accesibles.
- ❖ Calidad del sitio web tanto en diseño como en su contenido.
- ❖ Actualización constante de platos de comidas y de juegos.
- ❖ Se está en constante búsqueda del óptimo desempeño.
- ❖ Constante actualización y capacitación de nuestro personal.

#### Estrategias de penetración

- ❖ Pagar banners en páginas de Internet, especialmente en las páginas de las instituciones, o de los sectores a los cuales pretendemos llegar.
- ❖ Pagar un espacio en la publicidad de las agendas de las instituciones.
- ❖ Spots de radio.
- ❖ Anuncios publicitarios tales como espectaculares, o publicidad móvil.
- ❖ Volantes.

#### 2.13 Riesgos y oportunidades

Riesgos	Acciones a implementar
Mala aceptación del área de comidas típicas	Desarrollar campaña y un plan de acción inmediata; Creando competencias, nuevos platos en el menú, utilizar precios mas bajos, aplicando promociones interesantes, y añadiendo publicidad agresiva.
Nuestra competencias ataque con precios mas bajos.	Explotar nuestro valor agregado en el negocio como es : Atención al cliente , trato al mismo , atención rápida, y promociones únicas.
Que la competencia copie nuestras propuestas.	Tratar de actualizar siempre los juegos y los platos de comidas, para estar siempre en constante evolución . También crear una baja de precios, diferenciación en ambiente, promociones, membresías.
No encontrar inversionistas.	Recurrir a fuertes prestamos bancarios o busca inversionistas extranjeros.
Inconformidad con la ubicación del local por parte de nuestros clientes.	Tratar de remodelar la presentación externa del local , brindar seguridad adecuada en parqueo y añadir un plan de publicidad para cambiar la percepción del cliente. Y en el mayor de los casos cambiar el local antes de poner en marcha el negocio esto dependiendo de los resultados

	en las encuestas aplicadas.
✓ Facilidad para encontrar los ingredientes de las comidas.	Aprovechar al máximo los bajos precios y la facilidad al encontrar los ingredientes de las comidas que ofreceremos en el local.

<u>Oportunidades.</u>	<u>Acciones a Implementar.</u>
✓ Cercanía a nuestro mercado potencial en nuestra ubicación actual.	Crear un plan de publicidad aprovechando nuestra ubicación también colocando rótulos que llamen la atención del cliente y de aquellos futuros también, para que se atrevan a visitar el local.
✓ Vender el equipo necesario para practicar distintas actividades como billar y boliche.	Crear en un futuro una área de venta de accesorios para billar y boliches en los que venderemos : toallas de boliche, guantes , maletas, palos de pool , tizas especiales , bolas de boliche, etc.
✓ Promociones atractivas y creativas conectadas con la comida y los juegos.	Estar en constante actualización de nuestras estrategias publicitarias además crear promociones interesantes enfocadas en nuestros clientes al mismo tiempo no estancarnos en los mismos platillos de comidas y ofrecer siempre nuevas propuestas.
✓ No existen venta de comidas típicas llamativas para los jóvenes en país.	Dar a conocer nuestro negocio vía Internet, publicidad alusiva, volantes, anuncios en tv etc. Y darle a conocer nuestro concepto y nuestro servicio en las áreas de juegos y comidas.
✓ Alta seguridad en el país.	Aprovechar la seguridad que ofrece el país dándole a nuestro cliente lo siguiente: parqueo seguro y con suficiente espacio también se reservan los derecho de admisión en el local, prohibido insertar armas blancas o de fuego . Aparte de la seguridad estable en el país nosotros vamos a brindar una seguridad adicional para la tranquilidad del cliente.



### **3. Producción.**

#### **3.1 Objetivos de producción**

##### **Objetivos a Corto plazo ( 1 años )**

Producir alrededor de **9,156 (11,444.86 )** **(80 % de las personas están dispuesta a comer en el lugar según las encuestas )** diferentes platillos de comida de buena calidad dirigida a nuestros clientes de clase media y clase alta entre las edades de 12 a 40 años que visiten nuestro negocio en la ciudad De Managua.

##### **Objetivos De Largo Plazo (3 años)**

Producir alrededor de **21,363 (25,433.02 )** **(84 % de las personas están dispuesta a comer, pretendemos incremento del 4 % a los 3 años )** diferentes platillos de comida de buena calidad dirigida a nuestros clientes de clase media y clase alta entre las edades de 12 a 40 años que visiten nuestro negocio ya considerados como uno los de 5 mejores lugares de entretenimiento y comida nacional con un concepto moderno en Managua.

##### **Objetivos a Largo plazo ( 5 años )**

Producir alrededor de **34,334 (38,149.53)** **(90 % de las personas están dispuesta a comer, pretendemos incremento del 6 % a los 5 años )** diferentes platillos de comida de buena calidad dirigida a nuestros clientes de clase media y clase alta entre las edades de 12 a 40 años que visiten nuestro negocio, ya considerado el mejor de la ciudad en entretenimiento y comida nacional con un concepto moderno y con futuros planes de apertura en algunas ciudades de Nicaragua.

#### **3.2 Especificaciones del producto**

En nuestro centro de entretenimiento presentamos con un pequeño restaurante o área de comidas en el cual elaboramos diferentes platos nicaragüenses con un concepto moderno en los cuales podemos encontrar desde jugos nacionales hasta platillos mas grandes como por ejemplo: vigorón y baho . A continuación vamos a explicar el menú que se encontrara en el local.

##### **Jugos**

- Jamaicazo
- Cola-Cacaón.
- Chicha embrujada

##### **Licores**

**Platillos principales**

- Gallopinto Momotombo.
- Tajadas con queso monstruosas.
- Tajadas Con queso Volcánicas (Picantes).
- Quesillo cargacerrada.( con pólvora o sin pólvora )
- Vigorón extremo.
- vaho bomba.
- El nacatamalazo.
- Parrillada descomunal.
- Maduro 3 potencias
- Tortillitas con limón y chile.
- El Caupolicán



### **3.3 Descripción y Especificaciones por Plato.**

Nuestros pequeño restaurante dentro de nuestro centro de entretenimiento tiene 11 platos principales de la cultura nicaragüense pero a los cuales se les ha dado un toque moderno modificando algunas de sus recetas con toques mas creativos y juveniles. También el negocio tiene 3 bebidas momentáneamente, igualmente como los platillos son nicaragüenses. Cada platillo ya tiene un tamaño determinado decidimos ordenarlos por grande- mediano – y pequeños.

Platos grande	Platos mediano	Platos pequeños
<ul style="list-style-type: none"><li>Tajadas con queso mounstrosas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Gallopintomomotombo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Quesillo cargacerrada</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Parrillada descomunal</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tajadas Con queso Volcánicas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Maduro 3 potencias</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>El caupolicán</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Vigorón extremo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tortillitas con limón y chile</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>vaho bomba.</li></ul>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>El nacatamalazo</li></ul>	

### **3.4 Descripción de elaboración de los platillos y jugos.**

- **Gallopintomomotombo .**

Materiales: Arroz, Frijoles, Cremas, tortilla.



- **Tajadas con queso monstruosas.**

Materiales: Plátano verde, Queso, Ensalada de Repollo, Vinagre , y frijoles molidos.



- **Tajadas Con queso Volcánicas (Picantes).**

Materiales: Plátano verde, Frijoles molidos, cuajada, Chile cabro.





- **Quesillo cargacerrada**

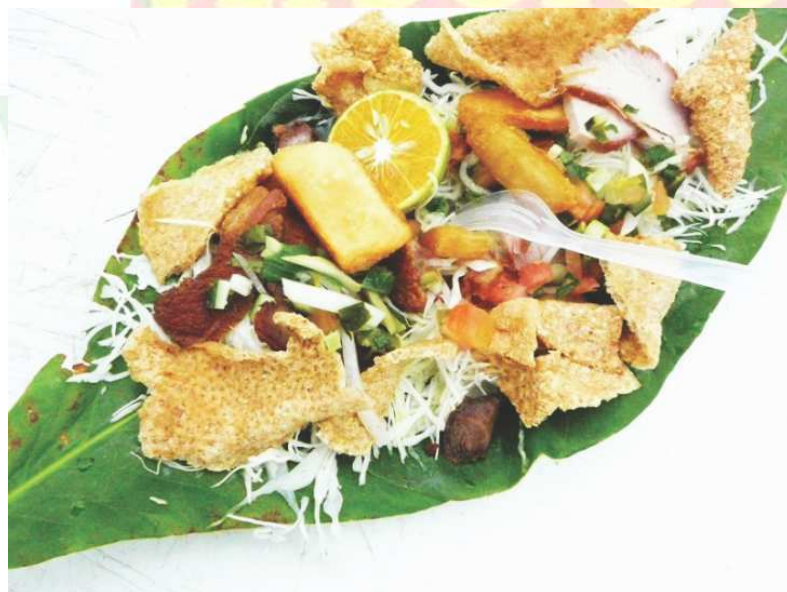
( con pólvora ) Materiales : Queso Quesillo, Crema, cebolla, tortilla, gallopinto

(Sin Pólvora ) Materiales: Queso Quesillo, Crema, cebolla, tortilla.



- **Vigorón extremo.**

- Materiales para hacerlo: Yuca, repollo, tomates, cebolla, vinagre, chicharrones crujientes.



- **Baho bomba.**
- Materiales para hacerlo: Yucas, plátano verde y maduro, tomate , carne de res, hoja de plátano, repollo, cebolla.



- **El nacatamalazo.**
- Materiales para hacerlo: maíz, cerdo preferentemente costillas, manteca de cerdo , Cebollas , Cabezas ajo, tomates, papas, chiltoma , achote, chile, hoja de plátano.



- **Parrillada descomunal.**

Materiales para hacerlo: Gallopinto, chorizo, tortillas frita, plátano frito , queso asado, alitas fritas o pechuga asada, yuca frita, ensalada , frijoles molidos con cuajada, bolitas de carne molida rellenas de queso, Capacidad para 5 personas.



- **Maduro 3 potencias (Cuajada, crema, frijoles molidos) .**

Materiales para hacerlo: Plátanos maduro, Crema, Frijoles, Chile, cuajada.





- **Tortillitas con limón y chile.**

Materiales para hacerlo: Tortillitas , Limos, Chile cabro , Sal .



- **El Caupolicán.**

Materiales para hacerlo: Pollo asado, queso asado, fajitas de res, tostones .

Jugos

- **Jamaicazo.**

Materiales para hacerlo: piña, jamaica, azúcar.



- **Cola-Cacaón.**

Materiales para hacerlo: cacao, leche, azúcar, agua, canela.



- **Chicha embrujada**

Materiales para hacerlo: chicha, agua, azúcar.

# Alboroto

Come-Juega-Divertete-Disfruta

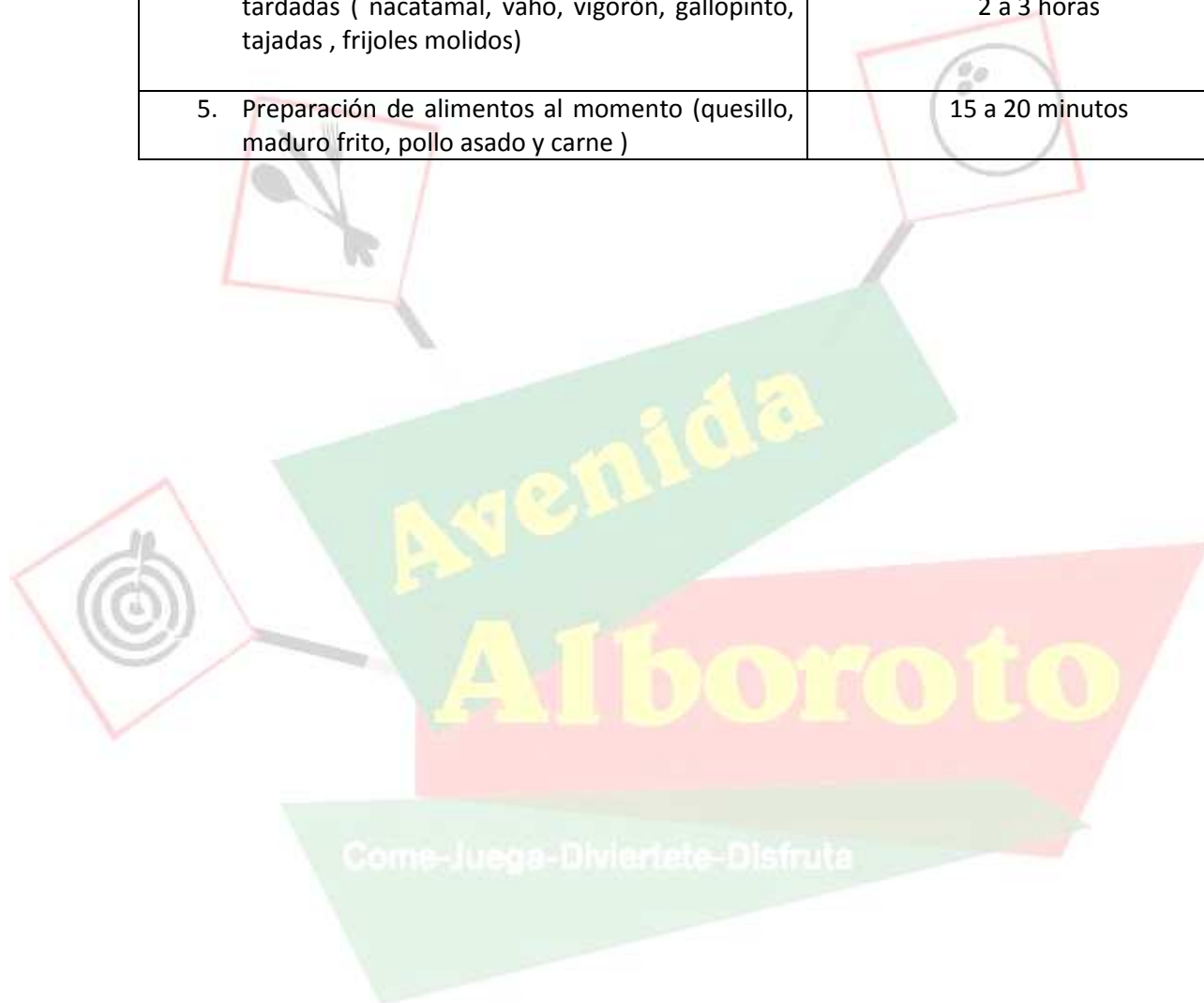


# Alboroto

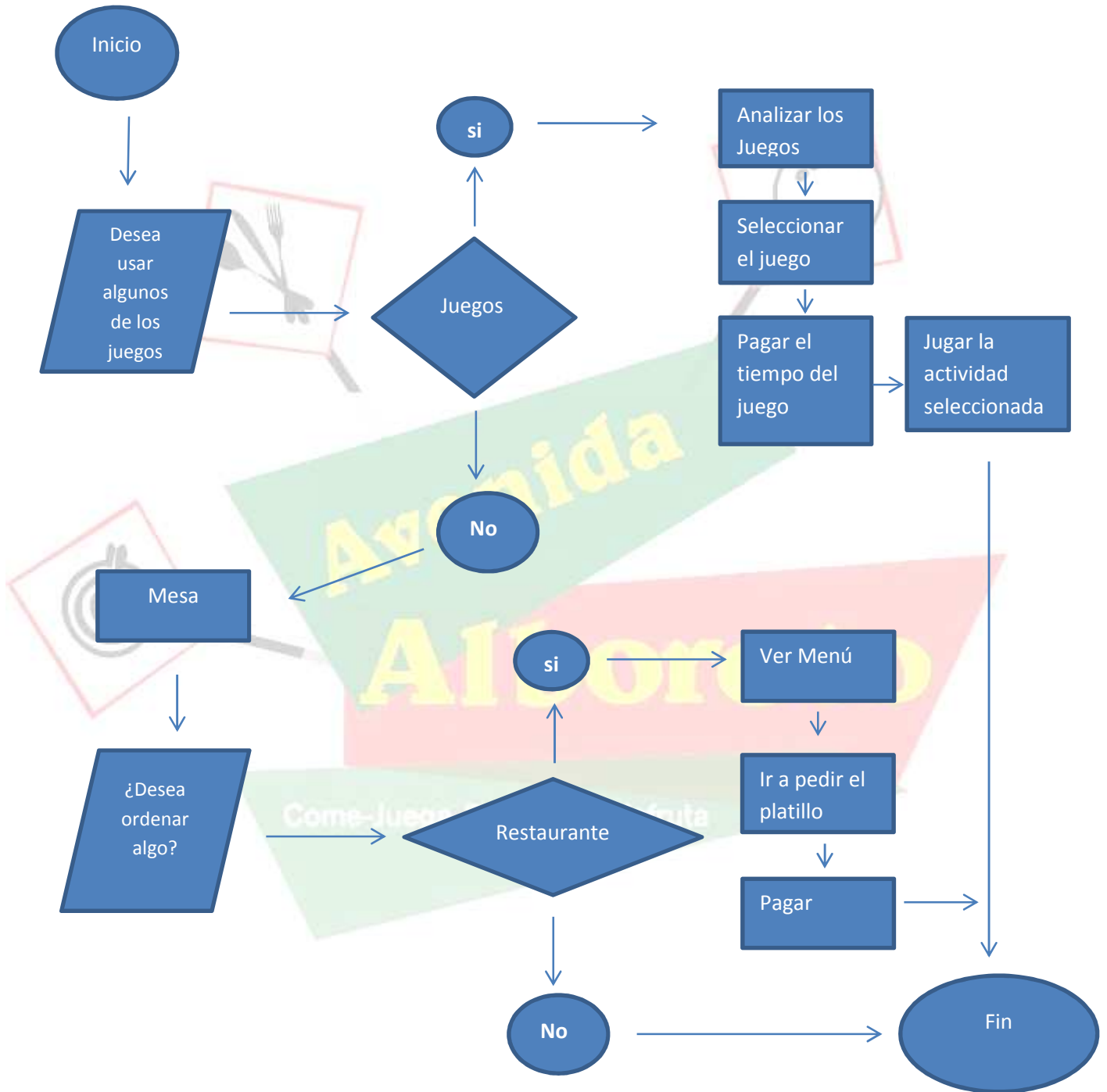
Come-Juega-Divertete-Disfruta

**Descripción del proceso de producción de los platillos y los jugos.**

Actividad	Tiempo
1. Compra de los ingredientes para los platillos	2 horas
2. Separar y organizar los ingredientes	30 minutos
3. Limpiar y corta los ingredientes	1 hora
4. Freír, cocer, y preparar las comidas mas tardadas ( nacatamal, vaho, vigorón, gallopinto, tajadas , frijoles molidos)	2 a 3 horas
5. Preparación de alimentos al momento (quesillo, maduro frito, pollo asado y carne )	15 a 20 minutos



### 3.5 Diagrama de Flujo del área de entretenimiento y área de comida.



### **3.6 Características y tecnología del equipo usado en el negocio.**

Mesas de Pool: Silver Stars son mesas muy modernas, resistentes y muy bien elaboradas.

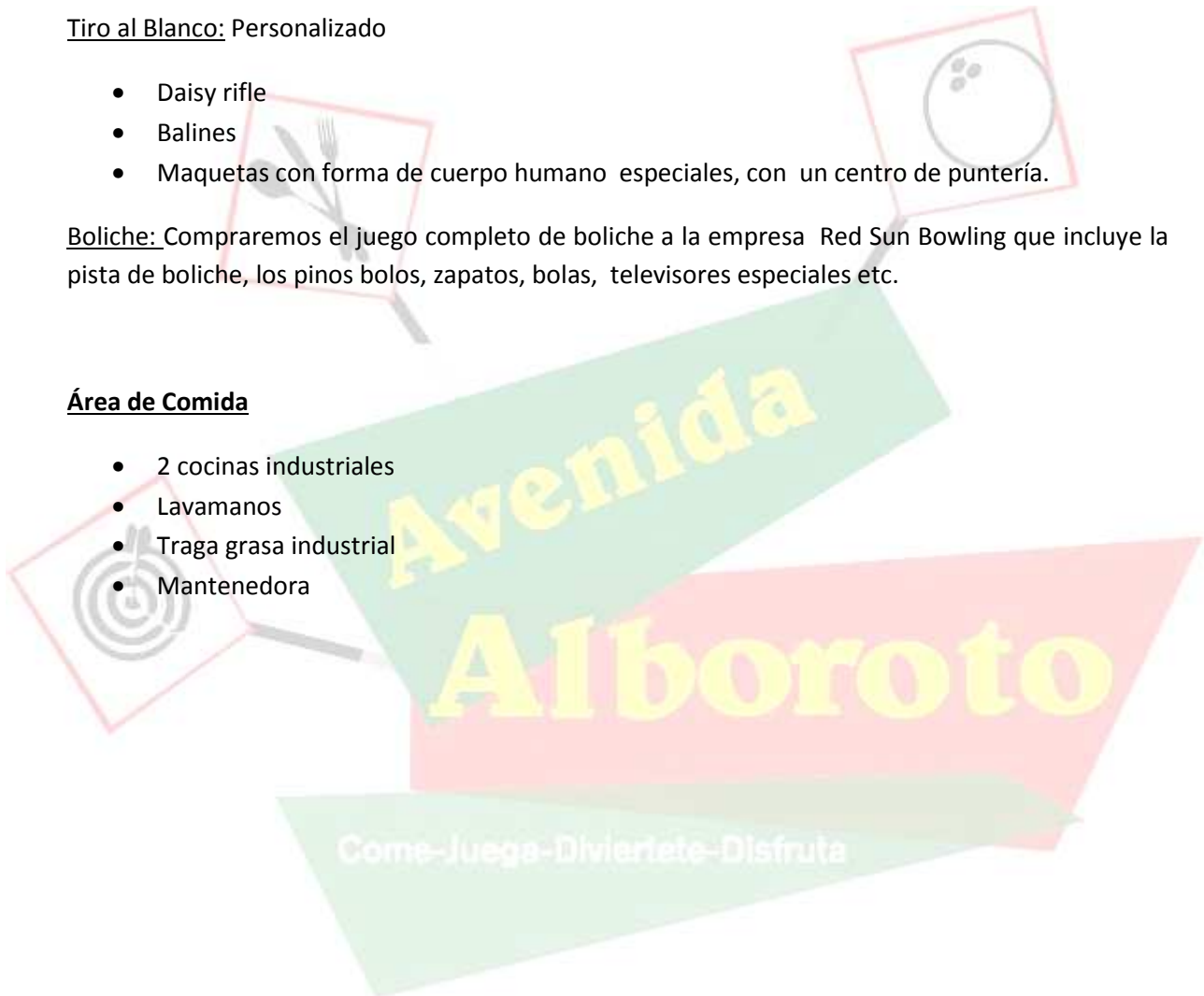
Tiro al Blanco: Personalizado

- Daisy rifle
- Balines
- Maquetas con forma de cuerpo humano especiales, con un centro de puntería.

Boliche: Compraremos el juego completo de boliche a la empresa Red Sun Bowling que incluye la pista de boliche, los pines, bolas, zapatos, bolas, televisores especiales etc.

#### **Área de Comida**

- 2 cocinas industriales
- Lavamanos
- Traga grasa industrial
- Mantenedora





### 3.7 Especificaciones de proveedor y calidad de los alimentos y juegos .

<u>Materia Prima</u>	Proveedor	Precio	Calidad	Proveedor seleccionado	<u>Materia Prima</u>	Proveedor	Precio	Calidad	Proveedor seleccionado
<b>Mesas de pool</b>	- compra en el extranjero	\$1600	Excelente	X	<b>Cocinas industriales</b>	IMI s.a	\$ 700	Excelente	X
<b>Tiro al blanco</b>	-Hecho en Nicaragua por diseñadores especiales	\$150	Excelente	X	<b>Parillas</b>	IMI s.a	\$ 500	Excelente	X
<b>boliche</b>	- Red sun Bowling	\$13500	Excelente	X	<b>Congelador</b>	La curacao	\$ 500	Excelente	X
					<b>Mobiliario del área de comida.</b>	Mobi – equipos	\$ 1500	Excelente	X





#### **4. Organización**

##### **4.1 Objetivos del área de organización**

El objetivo de Avenida Alboroto es definir correctamente cada una de las funciones de los trabajadores de modo que permita mejorar el rendimiento, el trabajo en grupo, responsabilidades delegadas que faciliten el cumplimiento de los objetivos de toda la empresa.

##### **4.2 Estructura organizacional**

Actividades	Actividades	Requisitos especiales	Periodicidad y tiempo
Gerencia	Planeamiento, organización, dirección y control de la empresa.	Lic. Administración de empresas, Maestría en Administración de empresas.	
De mercadotecnia	Investigación de mercado, Decisiones sobre el producto, Decisiones de precios, Distribución, promoción, venta.	Profesionales universitarios graduados en las carreras de Marketing, Adm. De Empresas, Ing. Industrial o afines, deseable contar con estudios de especialización 5 años ocupando cargos similares: Gerente y/o Sub Gerente de Marketing dentro de compañías locales o multinacionales de envergadura en el sector servicios. Conocimientos del idioma inglés en nivel avanzado.	
Coordinador del area de comida	Medición del trabajo. Métodos del trabajo. Ingeniería de producción. Análisis y control de fabricación o manufactura. Planeación y distribución de instalaciones. Administración de salarios. Higiene y seguridad	5 años de experiencia en producción (alimentos), manejo y administración de personal, control de calidad, producción y análisis de costo-	

industrial.  
Control de la producción y de los inventarios.  
Control de Calidad.

De contabilidad y finanzas

Mantener el control de los recursos financieros mediante la consulta ante la Institución Bancaria correspondiente para evitar posibles sobregiros monetarios.

2- Supervisar la correcta aplicación de los recursos de origen Federal y Estatal mediante el registro contable y procedimiento administrativo adecuado para evitar desajustes presupuestales de los mismos.

3- Verificar que los registros contables estén aplicados en forma correcta a través del registro diario para obtener información contable que sea confiable y oportuna.

Bachiller, Maestría, especialización en En Contabilidad, Tributación, Administración, Gestión Pública, Finanzas y/o Auditoría, con un mínimo acumulado de 80 horas académicas, con una antigüedad no mayor a 5 años. Experiencia laboral  
x Jefe de área  
x Jefe de departamento  
x Director

De Recursos Humanos

Dirigir el desarrollo del talento humano, dirigir la administración y la gestión de recursos humanos, gestionar las relaciones laborales.

Secundaria completa.  
- Formación en Recursos Humanos, Normativa Laboral, Relaciones Laborales y Administración de Personal. (Requisito no excluyente).  
- Formación en Normativas y procedimientos vigentes del Organismo y de la Administración Pública.  
- Formación en Gestión,

	Dirección, Liderazgo, Conducción de Equipos Efectivos de Trabajo, Motivación y Desarrollo de Personal, así como también formación y capacidad para la Gestión de Proyectos. - Formación específica en Administración y Gerenciamiento de organizaciones, proyectos y/o Recursos Humanos.	
--	--	--



### **4.3 Funciones específica por puesto:**

#### **4.3.1 Accionistas:**

La función general y fundamental de una junta de accionistas es la de administrar y fiscalizar a la organización. En general se ocupan de tomar las decisiones -aceptar o rechazar- estratégicas y financieras de la organización, pues son precisamente ellos los dueños de la misma. En estos se incluye la entrada de nuevos socios, venta, compra, fusión y escisión de la organización, cambios estructurales, institución o destitución de comisiones, presidentes y directivos, reinversiones, movimientos de los fondos, cambios en los estatutos de la sociedad y otras decisiones estratégicas, que por su importancia se reservan a este grupo y no son tomadas por el personal.

#### **4.3.2 Gerente General:**

1. Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta Directiva.
2. Presentar a la junta directiva los planes que se requieran para desarrollar los programas de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas.
3. Someter a la aprobación de la junta directiva, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada vigencia fiscal, así como los estados financieros periódicos de la Entidad, en las fechas señaladas en los reglamentos.
4. Presentar a la junta directiva para aprobación, los planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.
5. Someter a la aprobación de la junta directiva los proyectos del presupuesto de inversión y las operaciones comprendidas dentro de su objeto social, que así lo requieran.
6. Preparar y presentar para aprobación de la junta directiva, el estatuto interno de la entidad y sus modificaciones.
7. Celebrar todas las operaciones comprendidas en el objeto de la entidad.
8. Constituir mandatos para representar a la Entidad en negocios judiciales y extrajudiciales y ejercer las acciones a que haya lugar, en defensa de los intereses institucionales.
9. Nombrar, dar posesión y remover a los empleados públicos, de la empresa. celebrar los contratos con los trabajadores oficiales.
10. Representar a la Empresa como persona jurídica y autorizar con su firma los actos y contratos en que ella tenga que intervenir.

11. Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la Entidad y de los Afiliados.
12. Representar las acciones o derechos que la entidad posea en otros organismos.
13. Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la Entidad.
14. Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la empresa.
15. Aprobar de conformidad con el reglamento establecido el ingreso a la entidad de los afiliados voluntarios.
16. Delegar las funciones que considere necesarias de conformidad con las normas vigentes sobre la materia.
17. Distribuir la planta global de personal y crear los grupos internos de trabajo que considere necesarios para el cumplimiento de las funciones propias de la Entidad.
18. Exigir las garantías y contratar las pólizas de seguros necesarias para la protección de los bienes e intereses patrimoniales de la empresa y otros riesgos cuyo amparo se estime social y económicamente provechosos para los afiliados y la caja.
19. Presentar a la junta directiva informes de gestión anual.
20. Presentar trimestralmente a la junta directiva o cuando esta lo requiera, un informe sobre el manejo de portafolio de inversiones.
21. Cumplir todas aquellas funciones que se relacionen con la organización y funcionamiento que no se hallen expresamente atribuidas a otra autoridad.
22. Ejercer las demás funciones que le señale o delegue la junta directiva, las normas legales y aquellas que por su naturaleza le correspondan como funcionario directivo.

#### **4.3.3 Contabilidad y Finanzas:**

Su función es llevar a cabo los asuntos contables y financieros del area, entre ellos el control y supervisión de los presupuestos anuales, control y seguimiento del cobro de tarifas por derechos y servicios que se brinden dentro del ACG a los diferentes usuarios, apoyo y supervisión en asuntos presupuestarios a investigadores, asesoría y análisis a la dirección sobre las políticas financieras y de gasto, asesoría a los Programas, Secciones y departamentos en su manejo administrativo y presupuestario de tal modo que se logre una ejecución ágil y eficiente de las actividades, además de un gasto racional en el presupuesto, etc.

#### **4.4.4**      **Coordinador de Mercadeo:**

Se encarga de buscar información sobre cuál sería el mercado, necesidades de los consumidores (quienes son y donde están), conocer la competencia, producto, precios, distribución, comunicación (Relaciones Públicas, publicidad, Venta Personal, promoción) y en entorno. A través del análisis del mercado, podemos detectar, por ejemplo:

- Oportunidades de negocio, por ejemplo, la oportunidad de incursionar en un nuevo mercado.
- Nuevas necesidades o deseos, y, de ese modo, poder diseñar nuevo productos que se encarguen de satisfacer dichas necesidades o deseos.
- Cambios en los gustos o preferencias de los consumidores, y, de ese modo, poder adaptar nuestros productos a dichos cambios, nuevas modas o tendencias, y, de ese modo, poder crear o adaptar nuestros productos de acuerdo a dichas modas o tendencias

Analizar a la competencia, que consiste en conocer bien a nuestros competidores, estar atentos a sus movimientos, y tratar de prever sus estrategias. A través del análisis de la competencia, se buscar detectar cuáles son nuestros principales competidores, dónde están ubicados, cuáles son sus públicos objetivos, cuáles son sus principales características, sus principales estrategias, su experiencia en el mercado, su capacidad, ventajas competitivas, fortalezas

#### **4.3. 5**      **Administración general**

- Planeación: Es la fase en la cual se determina anticipadamente que es lo que se va a hacer, esto incluye el establecimiento de objetivos, programas, políticas y procedimientos.
- Objetivo: Es la razón de ser de la empresa, esto es, lo que se propone alcanzar.
- Los programas: Son los planes que se deben realizar en un tiempo determinado para lograr el objetivo propuesto.
- Las políticas: Son las normas en las cuales deben estar encuadradas las actividades para alcanzar el objetivo.
- Los procedimientos: Son las guías o formas de acción que nos dicen de qué forma se deben realizar las actividades.



#### **4.3.6      Cajero**

Funciones:

1. Saludar a los clientes
2. Recibir los pagos de los clientes
3. Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente
4. Entregar el cambio correcto cuando sea necesario
5. Hacer la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas
6. Contestar el teléfono
7. Hacer conocer a los clientes las especialidades del restaurante y las promociones
8. Coordinar con el personal de servicio y sus ayudantes para garantizar que el cliente reciba el más alto nivel de servicio posible.
9. Ayudar a los meseros con sus responsabilidades si es necesario
10. Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente

#### **4.3.7      Afanadora:**

Efectuar el aseo en las instalaciones, equipo y mobiliario del centro, cuantas veces sea necesario, a fin de mantener un adecuado nivel de higiene dentro del mismo.

#### **4.3.8      Asistente de contabilidad:**

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archiva documentos contables para uso y control interno.
- Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- Transcribe información contable en un microcomputador.
- Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
- Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.
- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Participa en la elaboración de inventarios.
- Transcribe y tiene acceso información operando un microcomputador.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.



#### **4.3.9 Chef.**

Es el responsable ante el Gerente General de la adecuada administración del área de alimentos y bebidas. Sus principales funciones son:

1. Supervisa el trabajo realizado por los empleados a su cargo.
2. En coordinación con el gerente general, el chef ejecutivo, el jefe de compras y el almacenista, elabora especificaciones de compras de alimentos y bebidas.
3. Establecer los máximos y mínimos del stock de los alimentos para que se tenga en almacén.
4. Fija los precios de venta de alimentos y bebidas, señalándolos en las hojas de recetas estándar.
5. Es responsable de la elaboración y actualización de menús.
6. Autoriza las notas de venta de promoción y cortesías, firmándolas antes de entregarlas al cajero.
7. Vigila que el chef y cocineros preparen los alimentos conforme a los costos de recetas estándar.
8. En coordinación con el departamento de personal capacita y adiestra a su personal.

#### **4.3.10 Ayudante de Cocina:**

Sus funciones son: Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo; organizar cavas, neveras y armarios; lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, pescados y mariscos. Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios. Además, colaborar con el cocinero en el servicio. Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo general de la cocina. Estas funciones las realiza bajo la supervisión de un cocinero. La preparación de alimentos es una actividad que dependiendo del tipo de país y costumbres requiere seguir una serie de pasos previos a su degustación, así como de la intervención de personas que son claves en el proceso de su elaboración, como es el caso del Ayudante de Cocina.

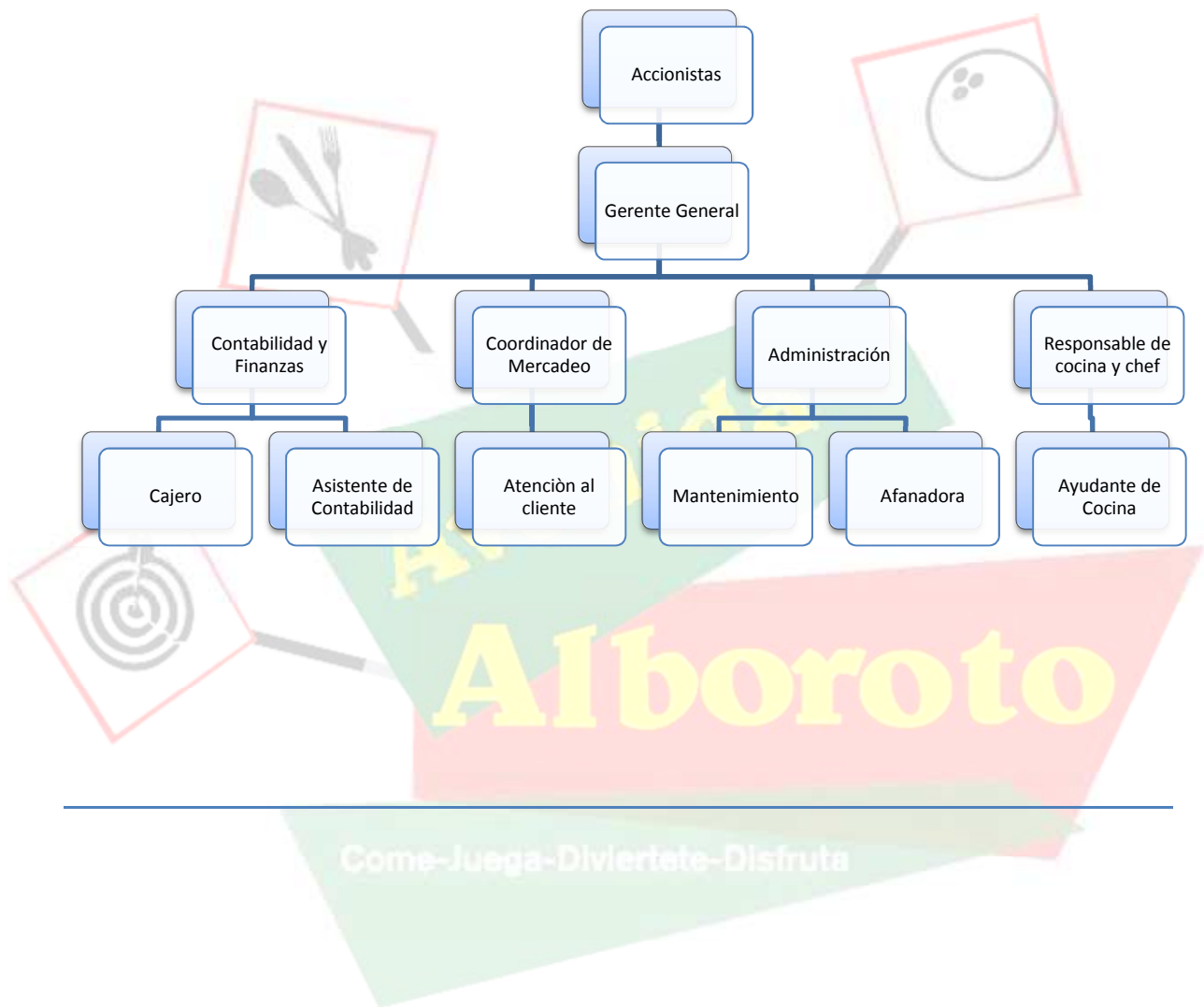
#### **4.3.11 Atención al público en general:**

1. Recepción de llamadas.
2. Clasificación de llamadas.
3. Manejo de sistemas de información.
4. Solución de problemas a través del teléfono.
5. Gestión y entrega de solicitudes de las distintas áreas.
6. Entrega de información oportuna.
7. Generación de informes y reportes.
8. Archivar documentación.
9. Retroalimentación de los sistemas de información.
10. Capacitación y coordinación de usuarios.
11. Llevar controles.

12. Atender de manera eficaz y eficiente a los clientes.
13. Atraer a los clientes de manera servicial y amena ante la imagen de la organización.
14. Llevar periódicamente los formatos de requisición a los diferentes movimientos.
15. Mantener de forma ordenada, clara y honesta los archivos.
16. Realizar un informe semanal de las actividades realizadas.



## 4.3 Organigrama



#### **4.4 Reclutamiento**

Para el reclutamiento tomamos 2 opciones mediante redes sociales y el periódico.

Redacción del anuncio para atención al público en general:

Avenida Alboroto S.A requiere contratar:

Personal masculino y femenino de un promedio de edad entre 19-26 años que tengan conocimientos sobre entretenimiento, con habilidades para desenvolverse en público, que anden supervisando constantemente, personas activas.

Actitud de liderazgo, proactiva, motivadora, actitud de servicio al cliente, con ganas de aprender. No requiere experiencia pero si pedimos que estén informados sobre: Tiro al blanco, Billar, Boliche, Water Walking Ball. (Reglas y como se juega)

Buena presentación y disponibilidad de horarios, estamos ubicados al lado del Súper La Colonia Rotonda Centroamérica de 1:00 PM a 12:00 PM preguntar por Frank Sovalbarro.

El anuncio estará colocado en la prensa una dos veces por mes lo cual costara \$ 140 y anualmente nos saldrá \$1680 y lo tendremos por dos meses en nuestra página de Facebook y Twitter.

Presupuesto: \$ 1680 Anual

#### **4.5 Selección.**



##### **Puesto Vacante:**

Primero vamos a identificar cuáles son las áreas que debemos cubrir, donde no tenemos personal.

##### **Análisis de puesto:**

Luego haremos una verificación de cuáles son las habilidades que debe tener la persona; cual debe ser su perfil y todo lo que se requiere el puesto para poder ser desempeñado.

##### **Reclutamiento externo:**

Dentro de la empresa contamos con un grupo de personas capacitadas para llenar algunos puesto pero nos hace falta personal es externo porque obviamente al hacer una empresa nueva no contamos con registros anteriores de personal activo pero si podemos obtener información sobre las personas que van hacer contratadas.

##### **Solicitud de empleo:**

Vamos a pedir el curriculum de persona.

### **Entrevista Mixta:**

Haremos una entrevista con una guía y a si mismo crear algunas preguntas que podrían ser interesantes sobre las personas y su comportamiento en el ámbito laboral.

### **Informe de entrevista:**

Autoevaluación de como estuvo el entrevistador primeramente por la influencia que tiene a la hora de las preguntas a si mismo también debemos ser capaces de poder identificar características físicas de la persona sus habilidades y el deseo que tenga la persona de trabajar en nuestra empresa para garantizar la satisfacción tanto del empleado como la empresa misma.

### **Examen Médico:**

Un examen común que se hace dentro de las empresas del nivel d salud de este también para verificar si está apto para otros puestos dentro de la empresa.

### **4.6 Contratación.**

Contactar la persona que fue elegida para iniciar el proceso de familiarización con la empresa.

Contratación

El tipo de contrato que se usará en Avenida Alboroto será el contrato por tiempo indefinido, también se incluyen las clausulas en las cuales el empleado se comprometa a seguís nuestras políticas de trabajo exigidas, tanto del producto, del proceso, formas de pago y las prestaciones que de acuerdo a la ley le son otorgadas.

### **4.7 Aspectos laborales a considerar**

- ✓ Un equipo de trabajo que evite accidentes durante el trabajo
- ✓ Mantener buenas relaciones laborales con todas las aéreas de la empresa
- ✓ Promover la buena comunicación corporal para la mejorar los procesos y producción, así como trato laboral
- ✓ Acceso a instalaciones apropiadas de aseo y limpieza

### **4.8 Inducción**

Se da a conocer el empleado:

- ✓ Misión, visión y valores de la empresa
- ✓ Puesto a desempeñar
- ✓ Política y reglamento interno de la empresa

Se le hace conocer al empleado:

- ✓ Lo que la empresa espera de el

- ✓ Lo que él puede esperar de la misma

Persona que realizará la inducción: Paul Grádiz Fonseca, encargado del área de recursos humanos

Proceso de inducción:

- ✓ Presentación de la empresa ( misión, visión y valores )
- ✓ Características del puesto a operar
- ✓ Capacitación general y el uso de instrumentos
- ✓ Dar a conocer reglamento interno y políticas de la empresa

#### **4.10          Desarrollo organizacional**

Adiestramiento: se le brindara al empleado un entrenamiento básico acerca del uso de equipos de trabajo para que pueda realizar óptimamente su labor

Capacitación

Se le brindará al empleado capacitación especial, dependiendo del área a la cual se desempeñe y por la cual ha sido contratado

Los puestos que requieren capacitación son los siguientes:

- Atención al cliente
- Cocina
- Cajero

Las aéreas que deben contemplar el entrenamiento que se programa para el personal son:

- Área de producción de comida
- Área administrativa ( cajera y atención al cliente )

La capacitación será diferente para cada área a capacitar. En el área de producción (cocina), se le explicará cómo se lleva a cabo el proceso de preparación de cada uno de los platos que se ofrecen en el local. En el caso de el área administrativa se brindará una capacitación general sobre el uso de equipo de trabajo y diferentes funciones que desempeñe.

Este programa de entrenamiento tendrá un costo valorado 300 dólares netos.

El buen desempeño de las funciones asignadas a los empleados será el factor que nos sirva para determinar las capacitaciones futuras en la empresa.

#### **4.11          Desarrollo del personal**



La empresa cuenta con un total de 19 empleados de los cuales 11 trabajan en producción, se les proporcionara el adiestramiento internamente proporcionado por el jefe de producción. En cuanto a capacitación se brindará dependiendo del buen desempeño del empleado en sus funciones, y de sus aspiraciones a puestos superiores en la empresa.

#### **Administración de sueldos y salarios**

Los empleados serán remunerados de acuerdo al contrato antes establecido y de acuerdo a sus funciones dentro de la empresa

#### **4.12                      Clima organizacional**

- Motivación
- Trabajo en equipo
- Transparencia
- Respeto
- Calidad personal y de vida de todos los miembros de la organización

Para mantener el buen funcionamiento de la empresa es sumamente necesario que las relaciones de trabajo se den de una manera efectiva, promoviendo la buena comunicación corporativa para que se entiendan perfectamente las instrucciones específicas por puesto de trabajo, y que estas sean cumplidas de una forma correcta y con un buen desempeño laboral, lo cual ayudará a la buena relación entre los empleados de la empresa.

Para las comunicaciones interna de la empresa, se utilizará circulares y avisos, y para asuntos informales correos electrónicos.

Para motivar a nuestro personal en la empresa, se evaluara el desempeño de cada empleado mes a mes, otorgando bonos y reconocimientos al que mejor se desempeñe en su labor y sea elegido como empleado del mes.

Come-Juega-Diviertete-Disfruta

## 5. Finanzas

### 5.1 Resumen Financiero

#### Naturaleza de las operaciones

Nuestro servicio se basa en dar una experiencia única de entretenimiento en la ciudad de Managua, en los cuales ofreceremos: boliche, tiro al blanco, billar, comidas con un estilo diferente y actividades variadas.

No solo seremos reconocidos por ser un centro de juego sino también por también ofreceremos distintas alternativas de platos Típicos de Nicaragua con un toque moderno y creativo. También pretendemos desarrollar promociones creativas conforme a nuestras principales áreas que son : comidas y la de juegos, creando una conexión interesante para nuestros clientes, desde pase especial por determinada cantidad de días si nuestros clientes llegan disfrazado o con un atuendo creativo, hasta promociones y premios por desafíos en nuestros extravagantes platos.

#### Moneda de presentación

Los estados financieros de la compañía están expresados en dólares, debido a que la tasa oficial de cambio del córdoba con respecto al dólar de los Estados Unidos de América se desliza diariamente con base en una tabla emitida mensualmente por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

## Caja y Bancos

Representa el efectivo que la compañía mantiene en caja, y en instituciones financieras del país.

Para propósitos del estado de flujo de efectivo estos rubros representan el efectivo al final del año.

## Inmueble, mobiliario y equipos, neto

### Reconocimiento y medición

Los rubros de inmueble, mobiliario y equipos se registran al costo de adquisición menos la depreciación acumulada.

### Depreciación

La depreciación se carga al estado de resultados usando el método de línea recta sobre la vida útil estimada de los rubros de inmueble, mobiliario y equipos. Las vidas útiles estimadas son las siguientes:

	Años
Maquinaria y equipo	10
Remodelación	10
Mobiliario y equipo de oficina	5
Área de comida	5

## Ingresos

### Ingresos Operativos

Se debe a los ingresos por la prestación de servicios entre los cuales tenemos:

-tiro al blanco, billar, comidas con un estilo diferente y actividades variadas.



	Ingresos expresados en Dolares
Ingresos operativos año 2014	184,074
Ingresos operativos año 2015	184,958
Ingresos operativos año 2016	187,097
Ingresos operativos año 2017	189,780
Ingresos operativos año 2018	190,769
	936,677

**Costos fijos**

Se considera como costos fijos el salario de parte del personal de Avenida Alboroto, S.A., el alquiler del local, parte de la depreciación de Avenida Alboroto, S.A.



**Costos Variables**

Se considera como costos variables el pago de la luz eléctrica, agua, publicidad y los costos de el área de cocina.

	Costos Variables expresados en Dólares
Costos Variables año 2014	15,338
Costos Variables año 2015	16,872
Costos Variables año 2016	18,559
Costos Variables año 2017	20,415
Costos Variables año 2018	20,615
	91,779

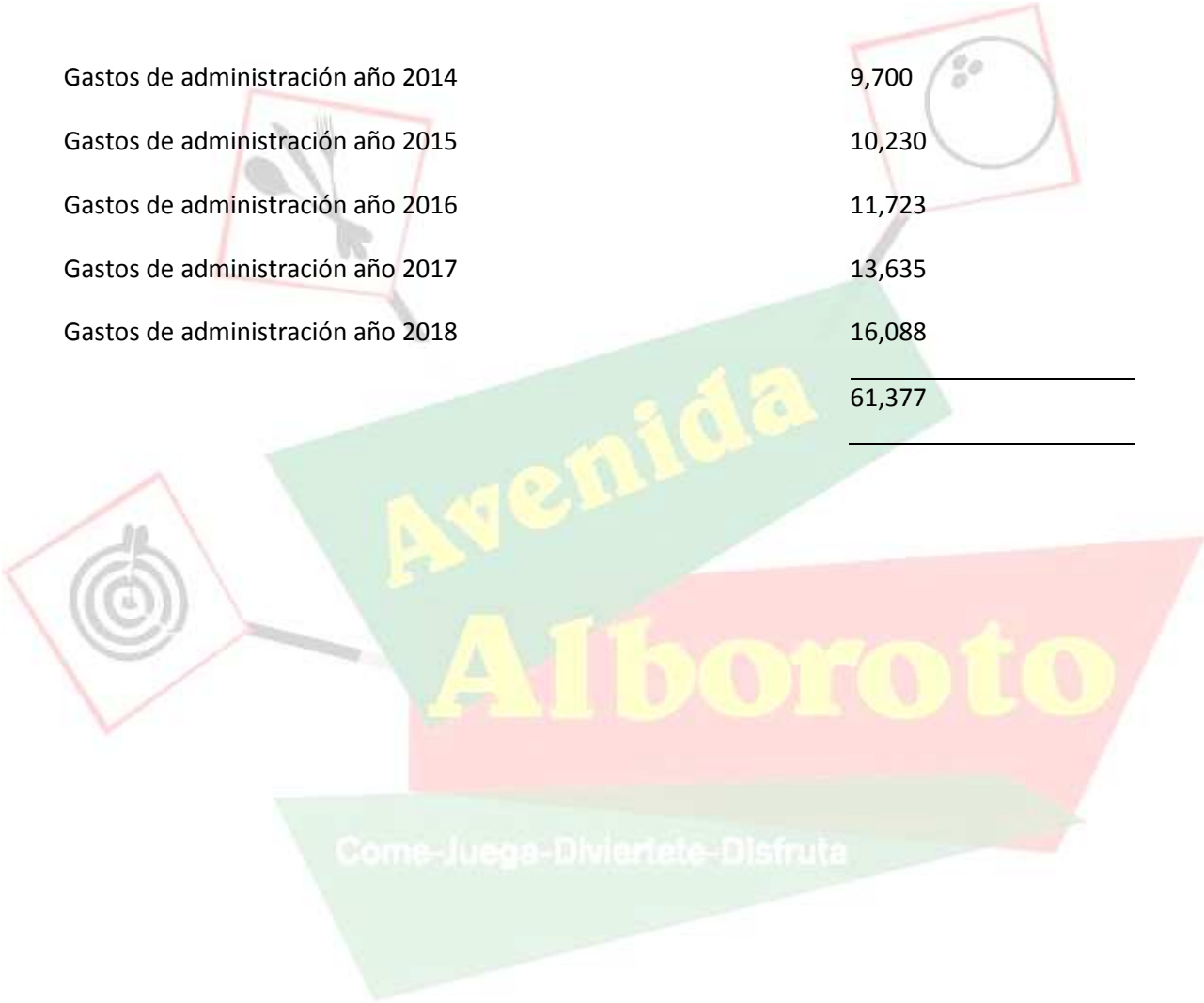


Gastos de administración



Se considera como gastos de administración el pago de Sueldos del Personal Administrativo, Papelería y Útiles de Oficina, Energía Eléctrica, Consumo de Agua y la Depreciación Mobiliario y Equipo de Oficina.

	Costos	Variables
	expresados en Dólares	
Gastos de administración año 2014	9,700	
Gastos de administración año 2015	10,230	
Gastos de administración año 2016	11,723	
Gastos de administración año 2017	13,635	
Gastos de administración año 2018	16,088	
	61,377	



## Avenida Alboroto, S.A.

### PARAMETROS

Margen de Ganancia	20%
Tasa de Inflación Anual	10%
Impuesto sobre Renta (Tasa Anual)	30%
Anticipo Anual Impuesto sobre la Renta sobre Utilidades	20%
Ingresos por servicio	100%
Tasa de Interés Pasiva Sistema Financiero	8%
Premio Inversión del Empresario	2%
Tasa Mínima Aceptable de Riesgo (TMAR):	20%

**Avenida Alboroto, S.A.**

**BALANCE GENERAL PROYECTADO (US\$)**

CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 1(Final)	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Corriente</b>					
Caja y Bancos	31,931	57,135	93,125	140,851	204,853
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>31,931</b>	<b>57,135</b>	<b>93,125</b>	<b>140,851</b>	<b>204,853</b>
<b>Activos No-Corriente</b>					
Remodelación	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
Mobiliario y Equipo de Oficina	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
Maquinaria y Equipo Industrial	66,400	66,400	66,400	66,400	66,400
Área de comida	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
Depreciación Acumulada	(17,420)	(34,840)	(52,260)	(69,680)	(87,100)
<b>Total Activo No-Corriente</b>	<b>147,880</b>	<b>130,460</b>	<b>113,040</b>	<b>95,620</b>	<b>78,200</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>179,811</b>	<b>187,595</b>	<b>206,165</b>	<b>236,471</b>	<b>283,053</b>

**PASIVOS**

**Corriente**

Impuestos por pagar	2,302	4,096	5,981	8,030	10,705
---------------------	-------	-------	-------	-------	--------

<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>2,302</b>	<b>4,096</b>	<b>5,981</b>	<b>8,030</b>	<b>10,705</b>
-------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

**No-Corriente**

Prestamos Bancarios	106,843	84,158	58,977	31,026	-
---------------------	---------	--------	--------	--------	---

<b>Total Pasivo No-Corriente</b>	<b>106,843</b>	<b>84,158</b>	<b>58,977</b>	<b>31,026</b>	<b>-</b>
----------------------------------	----------------	---------------	---------------	---------------	----------

<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>109,146</b>	<b>88,254</b>	<b>64,958</b>	<b>39,055</b>	<b>10,705</b>
----------------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------

**PATRIMONIO**

Capital Social	54,549	54,549	54,549	54,549	54,549
----------------	--------	--------	--------	--------	--------

Resultados del Ejercicio	16,116	28,675	41,867	56,208	74,933
--------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Utilidades Retenidas	-	16,116	44,791	86,659	142,867
----------------------	---	--------	--------	--------	---------

<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>70,665</b>	<b>99,340</b>	<b>141,208</b>	<b>197,416</b>	<b>272,349</b>
-----------------------------------	---------------	---------------	----------------	----------------	----------------

<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>179,811</b>	<b>187,595</b>	<b>206,165</b>	<b>236,471</b>	<b>283,053</b>
-------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

<b>DIFERENCIA</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------

<b>Avenida Alboroto, S.A.</b> <b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	179,400	197,340	217,074	238,781	262,660
Costo fijos	115,497	115,497	115,497	115,497	115,497
Costos Variables	17,178	18,896	20,786	22,864	20,615
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>46,725</b>	<b>62,947</b>	<b>80,791</b>	<b>100,420</b>	<b>126,548</b>
Gastos de Administración	9,700	10,230	11,723	13,635	16,088
Gastos Financieros	14,001	11,753	9,257	6,487	3,413
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>23,701</b>	<b>21,983</b>	<b>20,981</b>	<b>20,123</b>	<b>19,501</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>23,024</b>	<b>40,964</b>	<b>59,811</b>	<b>80,297</b>	<b>107,047</b>
IR 30%	6,907	12,289	17,943	24,089	32,114
<b>Resultado después de impuestos</b>	<b>16,116</b>	<b>28,675</b>	<b>41,867</b>	<b>56,208</b>	<b>74,933</b>

Avenida Alboroto, S.A.

FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO (US \$)

CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Saldo inicial de la cuenta en efectivo</b>		<b>16,530</b>	<b>31,931</b>	<b>57,135</b>	<b>93,125</b>	<b>140,851</b>
<b>Inversión Inicial</b>						
Inversión	-165,300					
Capital Pre operativo	-16,530					
	-181,830					
<b>Ingresos</b>						
Ingresos totales		179,400	197,340	217,074	238,781	262,660
<b>Total Ingresos</b>		<b>179,400</b>	<b>197,340</b>	<b>217,074</b>	<b>238,781</b>	<b>262,660</b>
<b>Total de Efectivo Disponible</b>		<b>195,930</b>	<b>229,271</b>	<b>274,209</b>	<b>331,907</b>	<b>403,511</b>
<b>Egresos</b>						
Costos fijos		98,977	98,977	98,977	98,977	98,977
Costos Variables		17,178	18,896	20,786	22,864	20,615
Gastos de Administración		8,800	9,330	10,823	12,735	15,188
Gastos Financieros		14,001	11,753	9,257	6,487	3,413
Pago Impuesto Sobre la Renta		4,605	10,495	16,059	22,041	29,439
<b>Total Egresos</b>		<b>143,561</b>	<b>149,451</b>	<b>155,902</b>	<b>163,105</b>	<b>167,632</b>



<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-181,830</b>	<b>52,369</b>	<b>79,820</b>	<b>118,307</b>	<b>168,802</b>	<b>235,879</b>
Amortización Préstamo	127,281	- 20,438	- 22,686	- 25,181	- 27,951	- 31,026
<b>Saldo Final de Caja</b>		<b>31,931</b>	<b>57,135</b>	<b>93,125</b>	<b>140,851</b>	<b>204,853</b>

<b>Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento</b>	<b>-54,549</b>	<b>15,401</b>	<b>25,203</b>	<b>35,991</b>	<b>47,726</b>	<b>64,002</b>
--	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

lo FNE 1 FNE 2 FNE 3 FNE 4 FNE 5

## FACHENTO

### VAN, TIR, PERÍODO DE RECUPERACIÓN

45.58

<b>CÁLCULO PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	<b>-54,549</b>	<b>-39,148</b>	<b>-13,944</b>	<b>22,046</b>	<b>69,772</b>	<b>133,774</b>
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2.55	AÑOS				
<b>VAN</b>	<b>45,353</b>					
<b>TIR</b>	<b>45.58%</b>					
<b>VAN UTILIZANDO LA TIR</b>	<b>0.00</b>					

**Avenida Alboroto, S.A.****VAN, TIR**

Periodo	Flujo (US \$)	Factor	Flujo Actualizado (US \$)	Monto Recuperado de la Inversión Inicial (US \$)		
0	-54,549	1.00000	-54,549			
1	15,401	1.20000	12,834	12,834		
2	25,203	1.44000	17,502	30,337		
3	35,991	1.72800	20,828	51,165		
4	47,726	2.07360	23,016	74,181		
5	64,002	2.48832	25,721	99,902	<b>45,353</b>	<b>VAN</b>
<b>VAN</b>			<b>45,353</b>			
<b>TMAR:</b>	<b>20%</b>					

Periodo	Flujo	Factor	Flujo Actualizado
0	-54,549	1.00000	-54,549
1	15,401	1.45580	10,579
2	25,203	2.11937	11,892
3	35,991	3.08539	11,665
4	47,726	4.49172	10,625
5	64,002	6.53907	9,788
		<b>VAN</b>	<b>0</b>
<b>TIR:</b>	<b>0.4558</b>		

**EXPLICACION PERIODO DE  
RECUPERACIÓN:**

Periodo	Flujo	Flujo Recuperacion
0	-54,549	-54,549
1	15,401	-39,148
2	25,203	-13,944
3	35,991	22,046
4	47,726	69,772
5	64,002	133,774
<b>PERIODO DE RECUPERACION:</b>	<b>2.55</b>	

15,401

39,148

1 AÑO

1.6

18.64

MESES

**Avenida Alboroto, S.A.**

**Obra Civil (US\$)**

Concepto	COSTO (US \$)
Remodelación del local alquilado	\$ 90,000
Total	<b>\$ 90,000</b>

**Avenida Alboroto, S.A.**

**Mobiliario y Equipo de Oficina (US\$)**

Concepto	Cantidades	Precio Unitario (US\$)	COSTO (US \$)
Computadoras	4	\$ 800	\$ 3,200
Estabilizadores y Baterías	4	\$ 50	\$ 200
Impresora	1	\$ 80	\$ 80
Archivos de 3 Gavetas	4	\$ 120	\$ 480
Sillas Ejecutivas	4	\$ 45	\$ 180
Escritorios Ejecutivos	3	\$ 100	\$ 300
Aparatos de Teléfono	4	\$ 15	\$ 60
Total			<b>\$ 4,500</b>

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**Maquinaria y Equipo de servicio (US\$)**

Concepto	Cantidades	Precio Unitario (US\$)	COSTO (US \$)
		\$	\$
Instalación de 4 carriles de boliche	4	13,500	54,000
		\$	\$
Mesas de billar	4	1,600	6,400
		\$	\$
Video juegos	4	1,500	6,000
			<hr/>
			\$
			<b>66,400</b>

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**Area de comida**

Concepto	Cantidades	Precio Unitario (US\$)	COSTO (US \$)
		\$	\$
Cocinas	2	700	1,400
		\$	\$
Parrilla	1	500	500
		\$	\$
Congeladoras	2	500	1,000
			\$
Mobiliario sobre el área de comida			1,500
			<hr/>
			\$
			<b>4,400</b>

**RESUMEN DE INVERSIONES**

**Avenida Alboroto, S.A.**

Inversión Total en Activo Fijo

Concepto	COSTO (US \$)
Maquinaria y Equipo	66,400
Mobiliario y Equipo de Oficina	4,500
Obra Civil	90,000
Area de comida	4,400
Capital de Trabajo Preoperativo	16,530
Total	<b>181,830</b>

**FINANCIAMIENTO:**

Propio	54,549	30%
Bancario	127,281	70%
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>181,830</b>	

**Avenida Alboroto S.A**

Capital Preoperativo (US\$)

Concepto	COSTO (US \$)
Total inversion	165,300
Capital de trabajo	16,530
<b>Total</b>	<b>181,830</b>



**Avenida Alboroto, S.A.****Salarios en dólares(US\$)**

<b>N/O</b>	<b>Cargos</b>	<b>Número de Empleados</b>	<b>Salario Mensual en Dólares</b>	<b>Total Salario Mensual</b>	<b>Salario Anual</b>
<b>1</b>	Administrador	1	950.00	950.00	11,400.00
<b>2</b>	Contador General	1	750.00	750.00	9,000.00
<b>3</b>	Asistente	1	300.00	300.00	3,600.00
<b>4</b>	Cajero	1	250.00	250.00	3,000.00
<b>5</b>	Coordinador de mercadeo	1	450.00	450.00	5,400.00
<b>6</b>	Vigilante	3	250.00	750.00	9,000.00
<b>7</b>	Atencion al publico en general	6	300.00	1,800.00	21,600.00
<b>8</b>	Chef	1	450.00	450.00	5,400.00
<b>9</b>	Ayudante de cocina	1	300.00	300.00	3,600.00
<b>10</b>	tecnico para el mantenimiento del local	1	400.00	400.00	4,800.00
<b>Total</b>			<b>6,400.00</b>	<b>76,800.00</b>	

**PRESTACIONES SOCIALES E IMPUESTOS EN NICARAGUA**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
INSS Patronal	16%	16%	16%	16%
INATEC	2%	2%	2%	2%
Total Impuestos sobre Nominas	18%	18%	18%	18%
Treceavo mes 1/12	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%
Vacaciones 1/12	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%
Total prestaciones sociales	16.66%	16.66%	16.66%	16.66%
Indemnización 1/12	8.33%	8.33%	8.33%	8.33%
<b>TOTAL</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**COSTOS FIJOS EN DOLARES**

<b>Conceptos</b>	<b>Costos Mensuales</b>	<b>Costo Año 1</b>	<b>Costo Año 2</b>	<b>Costo Año 3</b>	<b>Costo Año 4</b>	<b>Costo Año 5</b>
Salarios	\$ 3,950	\$ 47,400	\$ 47,400	\$ 47,400	\$ 47,400	\$ 47,400
Prestaciones Sociales e Impuestos	\$ 1,698	\$ 20,377	\$ 20,377	\$ 20,377	\$ 20,377	\$ 20,377
Alquiler del local	\$ 2,000	\$ 24,000	\$ 24,000	\$ 24,000	\$ 24,000	\$ 24,000
Out-Sourcing de limpieza	\$ 600	\$ 7,200	\$ 7,200	\$ 7,200	\$ 7,200	\$ 7,200
<b>Costos fijos en efectivos</b>	<b>\$ 8,248</b>	<b>\$ 98,977</b>	<b>\$ 98,977</b>	<b>\$ 98,977</b>	<b>\$ 98,977</b>	<b>\$ 98,977</b>
<b>Depreciación</b>		\$ 16,520	\$ 16,520	\$ 16,520	\$ 16,520	\$ 16,520
<b>Costos Fijos Totales</b>		<b>\$ 115,497</b>	<b>\$ 115,497</b>	<b>\$ 115,497</b>	<b>\$ 115,497</b>	<b>\$ 115,497</b>

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**COSTOS VARIABLES EN DOLARES**

<b>Conceptos</b>	<b>Costo Año 1</b>	<b>Costo Año 2</b>	<b>Costo Año 3</b>	<b>Costo Año 4</b>	<b>Costo Año 5</b>
Energía Eléctrica	\$ 9,240	\$ 10,164	\$ 11,180	\$ 12,298	\$ 13,528
Agua	\$ 840	\$ 924	\$ 1,016	\$ 1,118	\$ 1,230
Publicidad	\$ 3,098	\$ 3,408	\$ 3,749	\$ 4,124	
Area de cocina	\$ 4,000	\$ 4,400	\$ 4,840	\$ 5,324	\$ 5,856
	<b>\$ 17,178</b>	<b>\$ 18,896</b>	<b>\$ 20,786</b>	<b>\$ 22,864</b>	<b>\$ 20,615</b>

### Avenida Alboroto, S.A.

Consumo de Agua (US \$)

CONCEPTO	Consumo Anual
Consumo de Agua Producción y Administración	1,200
<b>TOTAL</b>	<b>1,200</b>

### Avenida Alboroto, S.A.

Energía Eléctrica (US \$)

Energía Eléctrica	Costo Total
<b>TOTAL</b>	<b>13,200</b>



## Avenida Alboroto, S.A.

Papelaría y Utiles de Oficina (US\$)

Equipo	Unidades	Importe
Block Adhesivo	80	19
Block Rayado Tamaño Carta	24	13
Cajas de Clips	24	2
Carpetas para encuadernar	100	23
CD`s	50	36
Colochos	100	15
Engrapadoras	6	20
Folder tamaño carta	12	37
Lapiceros escritura negra	36	3
Lapiceros escritura azul	36	3
Organizador de escritorio	4	15
Perforadora de dos hoyos	2	5

Regla transparente	6	1
Resmas de papel tamaño carta	50	133
Resmas de papel tamaño legal	40	143
Saca grapas	6	1
Tijera para cortar	6	7
Toner	18	499
<b>TOTAL</b>		<b>977</b>

### Avenida Alboroto, S.A.

#### Costos Totales (US \$)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos	115,497	115,497	115,497	115,497	115,497
Costos Variables	17,178	18,896	20,786	22,864	20,615
Gastos de Administracion	9,700	10,230	11,723	13,635	16,088
Gastos Financieros	14,001	11,753	9,257	6,487	3,413
<b>TOTAL</b>	<b>156,376</b>	<b>156,376</b>	<b>157,263</b>	<b>158,484</b>	<b>155,613</b>



**Avenida Alboroto, S.A.**

Gastos de Administración (US\$)

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos del Personal Administrativo	2,450	2,450	2,450	2,450	2,450
Papelería y Utiles de Oficina	977	1,074	1,182	1,300	1,430
Energía Electrica	3,960	4,356	5,663	7,362	9,570
Consumo de Agua	360	396	475	570	684
Depreciación Mobiliario y Equipo de Oficina	900	900	900	900	900
Prestaciones	1,054	1,054	1,054	1,054	1,054
<b>Total Anual</b>	<b>9,700</b>	<b>10,230</b>	<b>11,723</b>	<b>13,635</b>	<b>16,088</b>

**Amortización del Préstamo Lafise Bancentro**

Monto del Préstamo \$ 127,281.00  
Tasa de Interés 11%  
Tasa de Interés (mensual) 0.9%  
  
Plazo 60 Meses

Saldo sobre Interés Cuota Nivelada

Período	Pago de Interes	Pago de Principal	Pago	Saldo	Meses
				\$ 127,281.00	
60	\$1,166.74	\$1,600.65	\$2,767.40	\$ 125,680.35	1
59	\$1,152.07	\$1,615.33	\$2,767.40	\$ 124,065.02	2
58	\$1,137.26	\$1,630.13	\$2,767.40	\$ 122,434.88	3
57	\$1,122.32	\$1,645.08	\$2,767.40	\$ 120,789.81	4
56	\$1,107.24	\$1,660.16	\$2,767.40	\$ 119,129.65	5
55	\$1,092.02	\$1,675.38	\$2,767.40	\$ 117,454.27	6
54	\$1,076.66	\$1,690.73	\$2,767.40	\$ 115,763.54	7
53	\$1,061.17	\$1,706.23	\$2,767.40	\$ 114,057.31	8

				\$			
52	\$1,045.53	\$1,721.87	\$2,767.40	112,335.44	9		
				\$			
51	\$1,029.74	\$1,737.66	\$2,767.40	110,597.78	10		
				\$			
50	\$1,013.81	\$1,753.58	\$2,767.40	108,844.20	11		
				\$			
49	\$997.74	\$1,769.66	\$2,767.40	107,074.54	12	\$20,206.46	
				\$			
48	\$981.52	\$1,785.88	\$2,767.40	105,288.66	13		
				\$			
47	\$965.15	\$1,802.25	\$2,767.40	103,486.40	14		
				\$			
46	\$948.63	\$1,818.77	\$2,767.40	101,667.63	15		
				\$			
45	\$931.95	\$1,835.44	\$2,767.40	99,832.19	16		
				\$			
44	\$915.13	\$1,852.27	\$2,767.40	97,979.92	17		
				\$			
43	\$898.15	\$1,869.25	\$2,767.40	96,110.67	18		
				\$			
42	\$881.01	\$1,886.38	\$2,767.40	94,224.29	19		
				\$			
41	\$863.72	\$1,903.67	\$2,767.40	92,320.61	20		
				\$			
40	\$846.27	\$1,921.13	\$2,767.40	90,399.49	21		
				\$			
39	\$828.66	\$1,938.74	\$2,767.40	88,460.75	22		
				\$			
38	\$810.89	\$1,956.51	\$2,767.40	86,504.25	23		
				\$			
37	\$792.96	\$1,974.44	\$2,767.40	84,529.80	24	\$22,544.73	

				\$		
36	\$774.86	\$1,992.54	\$2,767.40	82,537.26	25	
				\$		
35	\$756.59	\$2,010.81	\$2,767.40	80,526.46	26	
				\$		
34	\$738.16	\$2,029.24	\$2,767.40	78,497.22	27	
				\$		
33	\$719.56	\$2,047.84	\$2,767.40	76,449.38	28	
				\$		
32	\$700.79	\$2,066.61	\$2,767.40	74,382.77	29	
				\$		
31	\$681.84	\$2,085.56	\$2,767.40	72,297.21	30	
				\$		
30	\$662.72	\$2,104.67	\$2,767.40	70,192.54	31	
				\$		
29	\$643.43	\$2,123.97	\$2,767.40	68,068.57	32	
				\$		
28	\$623.96	\$2,143.44	\$2,767.40	65,925.14	33	
				\$		
27	\$604.31	\$2,163.08	\$2,767.40	63,762.06	34	
				\$		
26	\$584.49	\$2,182.91	\$2,767.40	61,579.14	35	
				\$		
25	\$564.48	\$2,202.92	\$2,767.40	59,376.22	36	\$25,153.58
				\$		
24	\$544.28	\$2,223.12	\$2,767.40	57,153.11	37	
				\$		
23	\$523.90	\$2,243.49	\$2,767.40	54,909.61	38	
				\$		
22	\$503.34	\$2,264.06	\$2,767.40	52,645.55	39	
				\$		
21	\$482.58	\$2,284.81	\$2,767.40	50,360.74	40	

				\$		
20	\$461.64	\$2,305.76	\$2,767.40	48,054.98	41	
				\$		
19	\$440.50	\$2,326.89	\$2,767.40	45,728.09	42	
				\$		
18	\$419.17	\$2,348.22	\$2,767.40	43,379.87	43	
				\$		
17	\$397.65	\$2,369.75	\$2,767.40	41,010.12	44	
				\$		
16	\$375.93	\$2,391.47	\$2,767.40	38,618.65	45	
				\$		
15	\$354.00	\$2,413.39	\$2,767.40	36,205.25	46	
				\$		
14	\$331.88	\$2,435.52	\$2,767.40	33,769.74	47	
				\$		
13	\$309.56	\$2,457.84	\$2,767.40	31,311.90	48	\$28,064.33
				\$		
12	\$287.03	\$2,480.37	\$2,767.40	28,831.52	49	
				\$		
11	\$264.29	\$2,503.11	\$2,767.40	26,328.42	50	
				\$		
10	\$241.34	\$2,526.05	\$2,767.40	23,802.36	51	
				\$		
9	\$218.19	\$2,549.21	\$2,767.40	21,253.15	52	
				\$		
8	\$194.82	\$2,572.58	\$2,767.40	18,680.58	53	
				\$		
7	\$171.24	\$2,596.16	\$2,767.40	16,084.42	54	
				\$		
6	\$147.44	\$2,619.96	\$2,767.40	13,464.46	55	
				\$		
5	\$123.42	\$2,643.97	\$2,767.40	10,820.49	56	

				\$			
4	\$99.19	\$2,668.21	\$2,767.40	8,152.28	57		
				\$			
3	\$74.73	\$2,692.67	\$2,767.40	5,459.61	58		
				\$			
2	\$50.05	\$2,717.35	\$2,767.40	2,742.26	59		
1	\$25.14	\$2,742.26	\$2,767.40	\$	- 60		\$31,311.90

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**AMORTIZACION DEL PRESTAMO ( US\$)**

**MONTO ( US \$)**                      127,281  
**INTERES ANUAL ( %)**            11%  
**PERIODO (AÑOS)**                5  
**ANUALIDAD**                                **(34,438)**

Año	Interés	Anualidad	Pago a capital	Saldo
0				127,281
1	14,001	34,438	20,438	106,843
2	11,753	34,438	22,686	84,158
3	9,257	34,438	25,181	58,977
4	6,487	34,438	27,951	31,026
5	3,413	34,438	31,026	0
<b>Total</b>	<b>44,911.30</b>		<b>127,281</b>	



**Ganancia****ANTICIPO I.R. (US \$)**

CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes de I.R.	23,024	40,964	59,811	80,297	107,047
I.R. (30%)	6,907	12,289	17,943	24,089	32,114
Anticipo I.R.	4,605	8,193	11,962	16,059	21,409
I.R por Pagar	2,302	4,096	5,981	8,030	10,705
<b>Pago I.R</b>	<b>4,605</b>	<b>10,495</b>	<b>16,059</b>	<b>22,041</b>	<b>29,439</b>

Avenida Alboroto								
Plan de Publicidad 2014								
Medio	Valor del medio		SUB TOTAL	IVA	Total NETO	Duración	Horario	Observaciones
Canal 2	\$ 1,094.00		\$ 1,094.00	\$ 164.10	\$ 1,258.10	3 Meses	Noche	Meses a elección del Cliente
Periódico El nuevo diario	\$ 1,600.00		\$ 1,600.00	\$ 240.00	\$ 1,840.00	1 día al mes		
Total					\$ 3,098.10			

Avenida Alboroto								
Plan de Publicidad 2015								
Medio	Valor del medio	10% Inflación 2015	SUB TOTAL	IVA	Total NETO	Duración	Horario	Observaciones
Canal 2	\$ 1,094.00	\$ 109.40	\$ 1,203.40	\$ 180.51	\$ 1,383.91	3 Meses	Noche	Meses a elección del Cliente
Periódico El nuevo diario	\$ 1,600.00	\$ 160.00	\$ 1,760.00	\$ 264.00	\$ 2,024.00	1 día al mes		
Total					\$ 3,407.91			

Avenida Alboroto								
Plan de Publicidad 2016								
Medio	Valor del medio	10% Inflación 2016	SUB TOTAL	IVA	Total NETO	Duración	Horario	Observaciones
Canal 2	\$ 1,203.40	\$ 120.34	\$ 1,323.74	\$ 198.56	\$ 1,522.30	3 Meses	Noche	Meses a elección del Cliente
Periódico El nuevo diario	\$ 1,760.00	\$ 176.00	\$ 1,936.00	\$ 290.40	\$ 2,226.40	1 día al mes		
Total		\$ -			\$ 3,748.70			

Avenida Alboroto								
Plan de Publicidad 2017								
Medio	Valor del medio	10% Inflación 2019	SUB TOTAL	IVA	Total NETO	Duración	Horario	Observaciones
Canal 2	\$ 1,323.74	\$ 132.37	\$ 1,456.11	\$ 218.42	\$ 1,674.53	3 Meses	Noche	Meses a elección del Cliente
Periódico El nuevo diario	\$ 1,936.00	\$ 193.60	\$ 2,129.60	\$ 319.44	\$ 2,449.04	1 día al mes		
Total		\$ -			\$ 4,123.57			

**Avenida Alboroto, S.A.**  
**INGRESOS EN DOLARES**

<b>CONCEPTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos Operacionales en dólares(Alquiler de carriles de boliche)	\$ 120,000	\$ 132,000	\$ 145,200	\$ 159,720	\$ 175,692
Ingresos Operacionales en dólares(Alquiler por mesas de billar)	\$ 15,000	\$ 16,500	\$ 18,150	\$ 19,965	\$ 21,962
Ingresos Operacionales en dólares(Restaurante)	\$ 36,000	\$ 39,600	\$ 43,560	\$ 47,916	\$ 52,708
Video juegos	\$ 9,600	\$ 10,560	\$ 11,616	\$ 12,778	\$ 14,055
Descuentos	\$ 1,200	\$ 1,320	\$ 1,452	\$ 1,597	\$ 1,757
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ 179,400</b>	<b>\$ 197,340</b>	<b>\$ 217,074</b>	<b>\$ 238,781</b>	<b>\$ 262,660</b>

<b><u>Tipos de plato</u></b>		
	<b><u>Precio en dolares</u></b>	
Gallo pinto momotombo	\$ 2.70	
Tajadas con queso monstruosas	\$ 3.12	
Tajadas con queso volcánica	\$ 3.12	
Vigoron momotombo	\$ 4.50	
Baho bomba	\$ 5.60	
Nacatamalazo	\$ 4.00	
Parrillada descomunal	\$ 20.00	Para 4 personas
Madura 3 potencias	\$ 3.00	
Caupolicán	\$ 10.00	
Jamaicazo	\$ 1.10	
Cacaon	\$ 1.50	
Chicha embrujada	\$ 0.80	

# **Centro de Entretenimiento**


Diseño:

**Rafael Martinez**

National Taipei University of Technology,  
República de China-  
Taiwán



Managua- Nicaragua



# Centro de Entretenimiento

Ubicación: Managua- Nicaragua

Distrito 5

Uso: Centro de Entretenimiento y juego

Área de sitio: 800m<sup>2</sup>

Área de Construcción: 490m<sup>2</sup>

Acabado Exterior: Aluminio y vidrio



# Entretenimiento es...

**Recreación, Afición, Juego,  
Pasatiempo...** Un lugar de jolgorio  
que provea placer y recreo a los  
visitantes...

Es también **Gente y diferencia:**

- 6 carriles de boliche
- 6 Mesas de Billar
- Tiro al Blanco
- Video Juegos 4D
- Simuladores de juegos de campaña.
- Food Court para 40 personas.
- Bar



# Ubicación



Localizada en el distrito cinco al sur de Managua, en uno de los puntos mas pujantes infraestructuralmente de la capital, por la misma dispersión de la inversión hacia el sur de la ciudad. Carretera a Masaya sin duda es la única avenida donde Managua abandona los estereotipos de tercer mundo y opta por entrar en la competencia arquitectónica. El edificio se une a la nueva cadena de edificios provenientes desde Metro centro extendiéndola hacia el sur llegando hasta villa Fontana. Es por esta razón que el sitio mismo es muy influyente en el estilo y el diseño del edificio.



# Managua

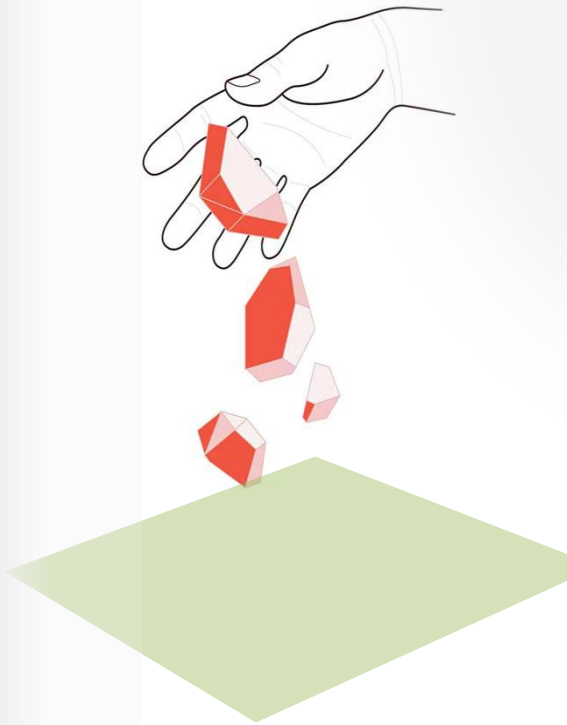
## Presentación

### Separación o Fusión

Decidido en lograr un diseño que se adapte a la creciente zona, Ambiciosa por lograr un desarrollo enfocado en construcciones novedosas y modernas. El diseño además de identificarse por su simple circulación y división de espacios se basa enormemente por la presentación al publico, rompiendo el estereotipo rectangular de la zona, tomando forma de su concepto y estilo derivado de su misma función.



# Concepto

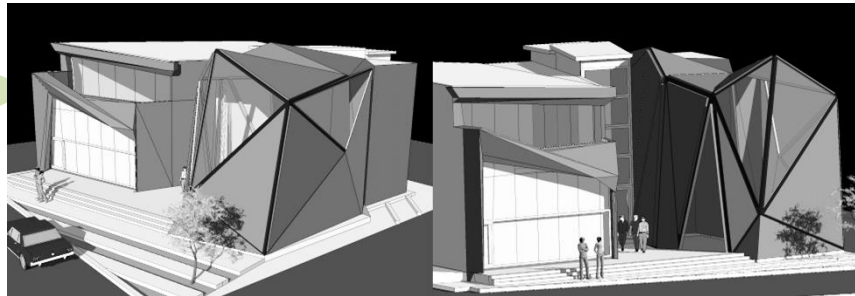


## Piedras....

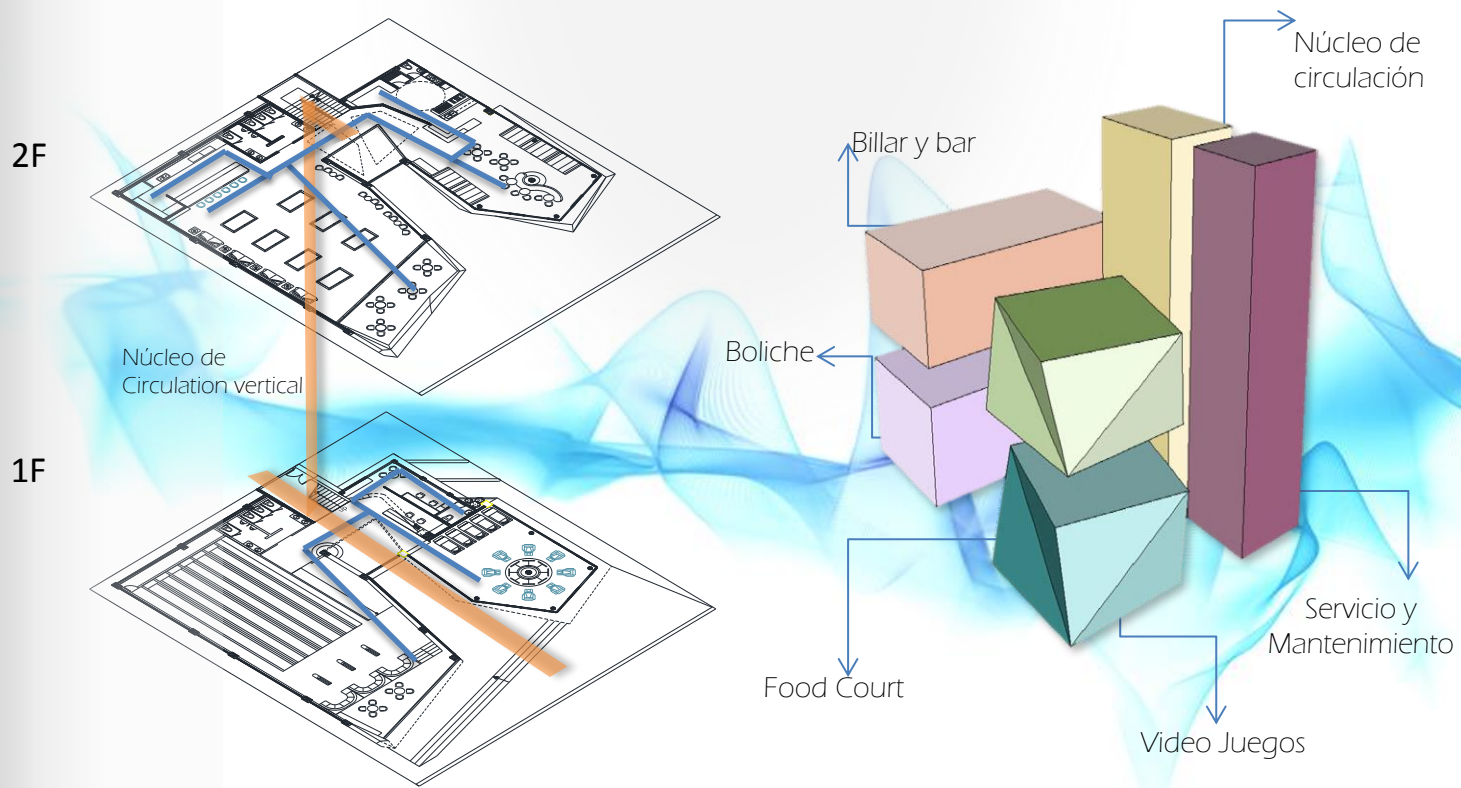
Espontáneamente de pequeños tenemos una intuición de que nos rodea un mundo vivo, lleno de inteligencia, de alma y de lenguaje; donde pequeñas cosas, materia misma de nuestra madre logra combinarse con nosotros los seres humanos, los mismos que nos volvemos ciegos y nos instalamos la muerte encima cuando negamos estos lazos con esta vieja amistad.

Sin importar nuestro estatus social, cultural o económica, raza, todos pasamos por una etapa donde cualquier elemento o materia, como una piedra se puede convertir en nuestro amigo, lo que nos hace feliz. Quien de pequeño no jugo con piedras?

Nadie... Jugar con objetos imprevistos y no comunes nos aleja de una actitud materialista y une lazos con la naturaleza viva e inteligente.



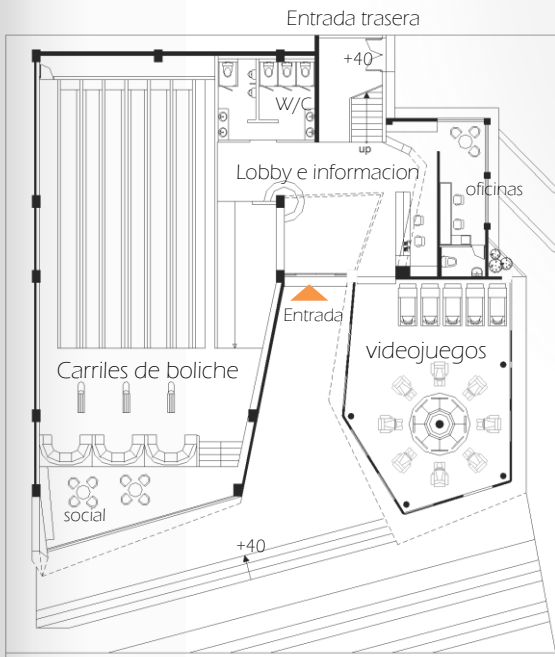
# Circulación y Zonificación



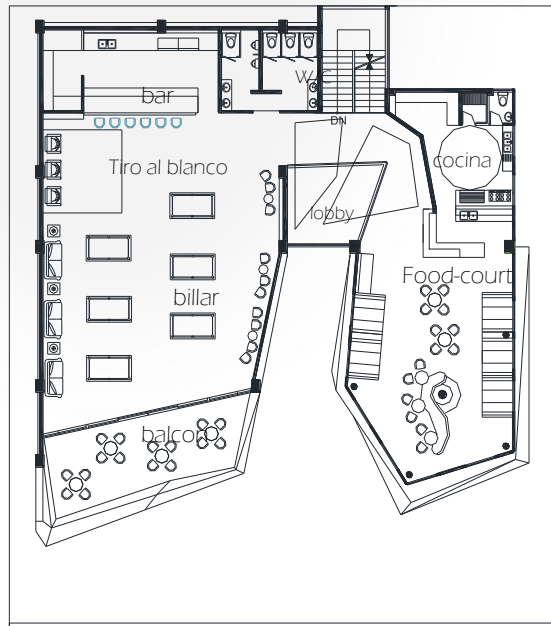


# Espacios Planos del Edificio

1F



2F



Las posiciones de los espacios están estrechamente relacionados a la ruta del sol, Espacios que necesitan poca luz como los carriles de boliche estarán en vía norte, espacios como comidería, oficinas, balcones estarán en vía sur perpendicularmente a la ruta solar; El edificio consta de tres partes principales, Una ala norte que contiene espacios meramente públicos un núcleo de circulación central que contiene lobby, accesos, salidas y servicios higiénicos, y una ala sur, para un área de multijuegos y comidería en primer y segundo piso respectivamente.

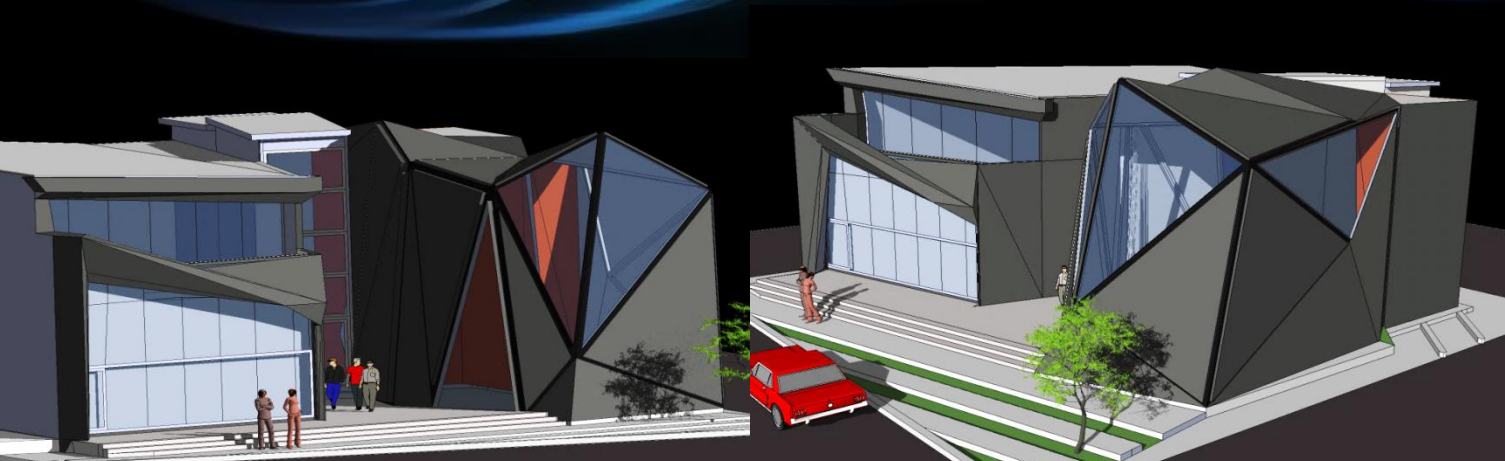
## Centro de Entretenimiento

El exterior del edificio cambia según la función interna a cumplir, y es obvia que expone la división interna creada por la zonificación de espacios.

El ala sur (izquierda) presenta cambios solo en la fachada frontal (dirección a carretera a Masaya) para ocultar la construcción tipo bodega, necesaria para realizar el tipo de actividades en el interior.

El núcleo en su parte frontal y trasera esta cubierto por curtain walls, para mantener iluminado naturalmente el interior en horas de operación diurna.

El ala sur es la parte que presenta mas cambios ya que es el área que esta expuesta hacia el publico que circula por el paso desnivel (h.4m) proveniente de Masaya, así como la única parte que forma una esquina, con frente a la Vía de la Unión Europea, y al supermercado "La colonia" en el costado sur del edificio.





**Quesillo Carga Cerrada**  
(Con polvora o sin polvora)



**Tajadas con queso  
MONSTRUOSAS**



JAMAICAZO



Chica  
EMBRUJADA



CACAON





**Vigorón  
EXTREMO**



**El  
NACATAMALAZO**



**Baho Bomba**





Gallo pinto  
MOMOTOMBO



El  
CAUPOLICAN



Parrillada  
DESCOMUNAL



Tajadas con queso  
VOLCANICAS PICANTES





**Maduro**  
**3 POTENCIAS**



**TORTILLITAS**  
con limon y chile

